



CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS

TEMA:

ESTRUCTURACIÓN DE LA OFICINA DE TURISMO PARA LA
OPERACIÓN TÉCNICA DE LAS SALIDAS PEDAGÓGICAS DE
LOS ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR
TECNOLÓGICO INTERNACIONAL ITI

Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración de Empresas Turísticas

AUTOR: Víctor Andrés Pauta Quijije

DIRECTORA: Lcda. Ingrid Arévalo

D.M. Quito, Junio de 2019

DEDICATORIA

A mi madre,

*Avelina Andrea Quijije Acosta por haber sacrificado sus sueños
para que sus hijos puedan tener un futuro digno.*

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mis más sinceros agradecimientos; en primer lugar, a Dios por bendecirme con la vida, por ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a toda mi familia, a mi padre por su educación estricta, a mis hermanos por haber estado presentes y haber ofrecido su apoyo a lo largo de este camino, y el agradecimiento más grande siempre será para mi madre por ser una mujer muy fuerte y luchadora, sin ti no estaría culminando este desafío, o simplemente no estaría aquí.

Un agradecimiento especial a todos los docentes que ayudaron a mi formación en el Instituto Superior Tecnológico Internacional, una mención especial a la Lcda. Ingrid Arévalo por haber confiado en mí y haberme animado no solo durante toda la carrera sino a hacer este proyecto de titulación culmen de mi camino en la institución.

Finalmente, un gran agradecimiento a mis amigos, especialmente a Gabriel García por ayudarme a iniciar de nuevo, a Miguel Yúctor por ser el detonador de una nueva etapa en mi vida, y a mis dos hermanos Patricio Yauri por siempre recordarme que soy importante, y a Cristhian Álvarez por estar apoyándome desde siempre no existe un día en que no recuerde tu apoyo incondicional.

Muchas gracias a todos.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Víctor Andrés Pauta Quijije, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Víctor Andrés Pauta Quijije

D. M. Quito, Junio de 2019

LCDA. INGRID ARÉVALO

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Lcda. Ingrid Arévalo

D. M. Quito, Junio de 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: La Lcda. Ingrid Arévalo por sus propios derechos, en calidad de Directora del trabajo de fin de carrera; y el Sr. Víctor Andrés Pauta Quijije por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO.- El Sr. Víctor Andrés Pauta Quijije realizó el trabajo fin de carrera titulado: Estructuración de la oficina de turismo para la operación técnica de las salidas pedagógicas de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, para optar por el título de, Tecnólogo Superior en Administración de empresas turísticas en el Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, bajo la dirección de la Lcda. Ingrid Arévalo.

DOS.- Es política del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, la Lcda. Ingrid Arévalo, en calidad de director del trabajo fin de carrera y el Sr. Víctor Andrés Pauta Quijije, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: Estructuración de la oficina de turismo para la operación técnica de las salidas pedagógicas de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Lcda. Ingrid Arévalo

Víctor Andrés Pauta Quijije

D.M. Quito, Junio de 2019

ÍNDICE DE CONTENIDOS

| | |
|---|-----|
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| DECLARACIÓN DE AUTORÍA | iv |
| CERTIFICACIÓN DE LA DIRECTORA DE TRABAJO DE GRADO | v |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA | vi |
| ÍNDICE DE CONTENIDOS | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS | x |
| RESUMEN | 11 |
| INTRODUCCIÓN | 12 |
| Nombre del proyecto | 12 |
| Marco contextual | 12 |
| Problema de investigación | 13 |
| Justificación | 16 |
| Objetivos | 18 |
| Objetivo General: | 18 |
| Objetivos Específicos: | 18 |
| CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA | 19 |
| 1.1 Ubicación geográfica del sitio de estudio | 19 |
| 1.2 Marco Legal | 21 |
| 1.2.1 Ley de Educación Superior | 21 |
| 1.3 Generalidades del Turismo | 24 |
| 1.3.1 Concepto de Turismo | 24 |
| 1.4 Turismo en el Ecuador | 25 |
| 1.5 La programación de viajes | 27 |
| 1.5.1 Las Excursiones | 27 |
| 1.5.2 Tours | 29 |
| 1.5.3 Los Circuitos Turísticos: Características | 31 |
| 1.5.4 Tipos de circuitos y Características | 33 |
| 1.6 El espacio turístico | 34 |
| 1.6.1 Concepto y características | 35 |
| 1.6.2 Tipificación de espacios turísticos | 35 |
| 1.6.3 Corredores turísticos | 36 |
| 1.7 Diagramación de circuitos turísticos | 39 |
| 1.7.1 La investigación | 40 |
| 1.7.2 El análisis de la información | 42 |
| 1.7.3 Enunciación del circuito | 43 |
| 1.8 Análisis de la accesibilidad | 43 |
| 1.9 Selección de centros base | 43 |
| 1.10 Confección del itinerario | 44 |
| 1.11 Selección de prestadores turísticos | 46 |
| 1.12 Cotización del programa | 49 |
| 1.12.1 Los costos fijos e indirectos al programa | 50 |
| 1.12.2 Los costos directos al programa | 50 |
| 1.12.3 El canal de distribución del producto | 52 |
| 1.12.4 El precio | 53 |
| 1.12.5 El programa resultado | 54 |

| | |
|---|-----------|
| 1.13 Guion turístico..... | 54 |
| 1.13.1 Diseño del guion | 55 |
| 1.13.2 Guion Armado | 56 |
| CAPITULO II: DIAGNÓSTICO | 57 |
| 2.1 Análisis del entorno..... | 57 |
| 2.1.1 Análisis del macro entorno..... | 57 |
| 2.1.2 Análisis del microentorno | 63 |
| 2.2 Investigación de mercado..... | 72 |
| 2.2.1 Herramientas para la recopilación de la investigación..... | 72 |
| 2.3 Universo y muestra..... | 72 |
| 2.4 Presentación de resultados..... | 73 |
| 2.4.1 Análisis e interpretación de datos..... | 73 |
| 2.4.2 Análisis FODA..... | 85 |
| 2.4.3 Conclusión del diagnóstico | 87 |
| CAPÍTULO III: FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA | 88 |
| 3.1 Datos oficina de Turismo del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI..... | 88 |
| 3.1.1 Descripción empresarial | 88 |
| 3.1.2 Ubicación | 88 |
| 3.2 Filosofía administrativa..... | 88 |
| 3.2.1 Misión..... | 89 |
| 3.2.2 Visión 2021 | 89 |
| 3.3 Objetivos Organizacionales..... | 89 |
| 3.3.1 Objetivos a corto plazo (cuatro meses)..... | 89 |
| 3.3.2 Objetivos a mediano plazo (ocho meses) | 89 |
| 3.3.3 Objetivos a largo plazo (un año) | 90 |
| 3.4 Políticas y reglamentos..... | 90 |
| 3.4.1 Disposiciones Generales | 90 |
| 3.4.2 De las Atribuciones del Coordinador de la oficina de Turismo | 92 |
| 3.4.3 El Coordinador de la Oficina Turismo tendrá las siguientes atribuciones genéricas: | 92 |
| 3.4.4 Del Ámbito Específico de Competencia del director del departamento de Administración y marketing..... | 92 |
| 3.4.5 Del Ámbito Específico de Competencia del director del Área de Proveedores y Costos | 93 |
| 3.4.6 Del departamento de Diseño, Planificación y Producción de Paquetes Turísticos | 93 |
| 3.4.7 De la competencia del Área de Tesorería. | 94 |
| 3.4.8 Medidas Disciplinarias | 94 |
| 3.5 Estructura organizacional | 95 |
| 3.6 Fichas de cargo..... | 95 |
| 3.7 Análisis Técnico..... | 97 |
| 3.7.1 Proceso administrativo de las salidas académicas | 97 |
| 3.7.2 Proceso de operación de las salidas académicas..... | 97 |
| 3.8 Distribución de la planta..... | 98 |
| 3.9 Equipamiento e inventario..... | 99 |
| 3.10 Financiamiento | 102 |
| 3.10.1 Presupuesto | 102 |
| 3.10.2 Financiamiento..... | 103 |
| 3.11 Propuesta de productos turísticos para las carreras | 103 |
| 3.12 Impactos | 111 |
| 3.12.1 Impacto social | 111 |
| 3.12.2 Impacto Ambiental..... | 111 |

| | |
|---|-----|
| 3.12.3 Buenas prácticas ambientales | 112 |
| CONCLUSIONES | 113 |
| RECOMENDACIONES | 114 |
| REFERENCIAS | 115 |
| APÉNDICES | 118 |
| ANEXOS | 129 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|-----|
| Tabla No. 1 Ejemplo de programación de itinerario. | 48 |
| Tabla No. 2. Ejemplo de Itinerario operativo. | 48 |
| Tabla No. 3. Ejemplo costos de transporte..... | 51 |
| Tabla No. 4 Carreras y niveles | 65 |
| Tabla No. 5 Carreras que cursan los encuestados | 73 |
| Tabla No. 6 Jornada de estudio | 74 |
| Tabla No. 7 Ocupación de los encuestados | 75 |
| Tabla No.8 Salidas pedagógicas que se realiza semestralmente. | 76 |
| Tabla No.9. Presupuesto para las salidas pedagógicas..... | 77 |
| Tabla No.10 Evaluación de las salidas pedagógicas | 78 |
| Tabla No.11 Creación de una oficina..... | 79 |
| Tabla No.12 Salidas compartidas | 80 |
| Tabla No.13 Participación extracurricular | 81 |
| Tabla No.14 Capacitación de los docentes..... | 82 |
| Tabla No.15 Club de actividades | 83 |
| Tabla No.16 Redes sociales..... | 84 |
| Tabla No. 17. Ficha de cargo Coordinación de oficina de turismo..... | 95 |
| Tabla No. 18. Ficha de cargo administración y marketing..... | 96 |
| Tabla N. 19. Ficha de cargo Técnicos de Turismo..... | 96 |
| Tabla No. 20. Ficha de cargo Tesorería | 96 |
| Tabla No. 21. Ficha de cargo Proveedores y Costos | 97 |
| Tabla No. 22. Inventario equipo de oficina..... | 99 |
| Tabla No. 23. Inventario muebles y enseres..... | 100 |
| Tabla No. 24. Inventario de útiles de aseo | 101 |
| Tabla No. 25. Gastos varios | 102 |
| Tabla No. 26. Presupuesto oficina de Turismo | 103 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1. Ejemplo de circuito lineal | 34 |
| Figura 2. Ejemplo circuito circular | 34 |
| Figura 3. Esquema de la tipificación del espacio turístico..... | 36 |
| Figura 4. Tipología de los corredores de estadía..... | 39 |
| Figura 5. Ejemplo de itinerario comercial..... | 49 |
| Figura 6. Organigrama del Instituto Tecnológico Internacional | 64 |
| Figura 7. Encuestados por carrera | 73 |
| Figura 8. Jornada de estudio de los encuestados..... | 74 |
| Figura 9. Ocupación de los encuestados | 75 |
| Figura 10. Salidas pedagógicas semestrales..... | 76 |
| Figura 11. Presupuesto para salidas. | 77 |
| Figura 12. Evaluación de las salidas pedagógicas..... | 78 |
| Figura 13. Creación de la oficina de turismo | 79 |
| Figura 14. Salidas compartidas entre carreras..... | 80 |
| Figura 15. Participación extracurricular..... | 81 |
| Figura 16. Capacitación de los docentes | 82 |
| Figura 17. Club de actividades..... | 83 |
| Figura 18. Redes sociales..... | 84 |
| Figura 19. Estructura organizacional de la oficina de turismo del ITI..... | 95 |
| Figura 20. Distribución de la planta..... | 98 |

**ESTRUCTURACIÓN DE LA OFICINA DE TURISMO PARA LA OPERACIÓN
TÉCNICA DE LAS SALIDAS PEDAGÓGICAS DE LOS ESTUDIANTES DEL
INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO INTERNACIONAL ITI**

AUTOR: Víctor Andrés Pauta Quijije

DIRECTORA: Lcda. Ingrid Arévalo

FECHA: 29 de mayo de 2019

RESUMEN

Esta investigación se sustenta en la recopilación de información necesaria para la ejecución de la “Estructuración de la oficina de turismo para la operación técnica de las salidas pedagógicas de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI”. La misma que se llevó a cabo en la ciudad de Quito en las instalaciones de la institución. Su objetivo principal es poder estructurar la oficina de turismo así como también que sea de uso para la realización de las prácticas pre profesionales de los estudiantes como un aporte a su formación profesional. La metodología empleada fue cualitativa y cuantitativa. Las técnicas aplicadas fueron: observación y encuesta; la observación en la institución, y la encuesta realizada a los estudiantes de la institución para el periodo académico abril – septiembre del año 2018. Además se presenta una propuesta de oficina de turismo respaldada en la Constitución del Ecuador, la Ley Orgánica de Educación Superior y el Reglamento de Régimen Académico.

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

Creación de una oficina de turismo para la operación técnica de las salidas pedagógicas de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI.

Marco contextual

El turismo es una actividad generadora de ingresos económicos y por ende se constituye como un sector estratégico para el desarrollo del país. Aprovechando los recursos naturales y culturales del Ecuador, se ha priorizado el desarrollo turístico poniendo en gran valor el patrimonio natural y destinos turísticos reconocidos a nivel internacional.

El Turismo también es una actividad que contempla diversos aspectos relacionados con la sociedad, la cultura y el deporte asociados al ocio y al tiempo libre. Es una de las industrias mayoritariamente valorada por el desarrollo económico que genera en las regiones y las fuentes de empleo que brinda a la población. La actividad turística se caracteriza por integrar una gran diversidad de negocios con la capacidad de reactivar la economía local de cada región. (S/A, 2019)

El actual gobierno brinda las facilidades para la promoción y el emprendimiento que se enfoca en promocionar diversos puntos turísticos del país. En el Ecuador se han creado Instituciones Universitarias y Tecnológicas con carreras y especialidades en turismo cuyo objetivo tienen la de formar profesionales que lideren y gestionen el desarrollo de proyectos en el sector turístico.

El Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI es uno de las instituciones académicas más importantes de la ciudad de Quito y una de las más reconocidas entidades en cuanto a la formación de profesionales en turismo y con la necesidad de una mejora en la matriz productiva del país la institución se ha esmerado en la formación de técnicos y tecnólogos idóneos y eficientes en la toma de decisiones dentro de este sector tan globalizado y dinámico, y no obvian el impacto de las nuevas tecnologías.

En los últimos años, dentro de la educación superior, se ha buscado implementar nuevos escenarios de aprendizaje tomando en cuenta que el Ecuador posee varios escenarios tanto naturales como culturales. Es así que estos sirven como base para lograr una educación práctica y no solamente teórica. Pero esto no solo con carreras relacionadas al turismo; sino que, aplica a carreras en otros ámbitos las mismas que se desarrollan con el manejo de personas y de personal. Tal es el caso que hay actividades turísticas, como por ejemplo el rafting dentro del turismo de aventura, que son usadas dentro del ámbito profesional para desarrollar salidas o visitas con el fin de fortalecer el trabajo en equipo dentro de las empresas.

Problema de investigación

Planteamiento del problema

El problema evidenciado luego del diagnóstico básico, es la formación poco práctica basada en las experiencias reales de la profesión.

Formulación del problema

¿Cómo la desorganización en la planificación técnica de las salidas pedagógicas incide en formación poco práctica basada en las experiencias reales de la profesión?

En el Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI para el periodo académico abril – septiembre del año 2018, según las hojas de salida de campo entregadas en la dirección de la carrera de turismo, cuyo formato se encuentra en el Anexo No. 1, se evidencia que han existido limitadas salidas de campo, esto se atribuye a la desorganización en la planificación técnica de las salidas pedagógicas dirigidas a los estudiantes de la institución.

Tomando en cuenta los resultados de las encuestas realizadas a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional, el 64,63% de los encuestados en su mayoría dejaron claro que no habían tenido salidas pedagógicas y pocos de ellos habían realizado una única salida en todo el semestre. Al momento de indagar, el 77% de los estudiantes manifestaron que los docentes no se encontraban capacitados y desconocían los procesos sobre la operación turística, así como también se encontraron en desacuerdo con los valores a cancelar por las salidas académicas ya que los valores son elevados.

Para el periodo académico de esta investigación, los docentes estaban capacitados y dominaban los temas de sus asignaturas; sin embargo, no eran docentes con experticia en el ámbito turístico, lo cual ha sido comprobado y vivido por el investigador a lo largo de su permanencia en la institución.

Las pocas salidas realizadas no tenían concordancia con los temas planteados en el syllabus de la asignatura, los estudiantes han sabido manifestar que dichas salidas las consideraban de relleno para tratar de cubrir el requerimiento académico de realizar estas salidas pedagógicas. Requerimiento que está plasmado en el reglamento de salidas pedagógicas que posee la institución.

En este reglamento deja claramente expuesto que las salidas pedagógicas deben ser presentadas por el docente antes del inicio de semestre, y que dichas salidas deben estar en concordancia con los temas que se tratarán en el transcurso del semestre. A pesar de ello, y de que el reglamento manifiesta sanciones tanto para el cuerpo de docentes, como para los estudiantes de la institución, ha existido un constante incumplimiento del mismo.

Los docentes expresaron que el incumplimiento por su parte se debe a los procesos burocráticos extensos entre la autoridad académica y las coordinaciones de las diferentes carreras para poder obtener la aprobación para las salidas, lo cual desemboca en un desinterés por parte de los docentes aun estando conscientes que la práctica es importante para los estudiantes, ya que mediante la práctica adquieren experiencia para alcanzar una formación académica de alto nivel.

En uno de los muchos encuentros realizados en las aulas entre los estudiantes y la directora de la carrera de turismo, la licenciada Ingrid Arévalo, para realizar el proceso de retroalimentación del desenvolvimiento de los docentes y su manejo de la cátedra, los alumnos incluido el investigador de este proyecto, supieron indicar que existe una inconformidad constante por las pocas, o nulas salidas de campo durante el semestre.

Es así como la desorganización y la falta de planificación técnica de las salidas pedagógicas inciden de manera directa en la formación académica, convirtiéndose en poco práctica y con falencias en la profesión; es decir, todo el conocimiento se queda en las aulas de manera teórica y con poco práctica y esto es un factor que afecta a la educación ya que éstas salidas de campo son de vital importancia para la formación de profesionales que optan por estudiar carreras en los niveles de formación académica técnica y tecnológica.

Tomando en cuenta estos antecedentes es importante promover la creación de la oficina de turismo para la organización y la planificación técnica de las salidas pedagógicas y que de esta manera la teoría aprendida en clase encuentre un refuerzo óptimo.

Es así que el objetivo principal de esta oficina es que los estudiantes puedan participar y conocer acorde a las experiencias vivenciales la función que hace la actividad turística en los escenarios en que se planifica y organiza.

Justificación

El turismo es una oportunidad de crecimiento para las regiones que van integrando en su economía un conjunto de actividades que ayudan a dinamizar sus ingresos de manera sostenible. Con el crecimiento constante del sector y factores favorables del turismo surgen grandes oportunidades para participar con innovadoras propuestas que contribuyan al desarrollo de la Institución y a la vez del país también.

La oficina de turismo se dedicará a la planificación, diseño y producción de tour, paquetes y salidas de nivel pedagógico a estudiantes que requieren de los servicios de esta oficina.

Estos servicios se prestarán de forma preliminar dentro de la Institución. También ofrecerá formas diferentes de conocer rutas y salidas establecidas para cada carrera de acuerdo a su requerimiento pedagógico, estos requerimientos estarán diseñados de manera técnica y adecuada para todos los estudiantes y docentes. Esta idea innovadora enmarca el inicio de una nueva forma de enseñanza académica donde los estudiantes podrán practicar y dar sus primeros inicios como profesionales y promotores turísticos, generalmente la idea que se tendrá de las salidas al principio es visitar lugares de interés para el alumno y el docente; lo que se pretenderá con el transcurso del tiempo, es cambiar esa idea de que no solo será un servicio para estudiantes sino que se podrá promocionar servicios turísticos para la población en general por medio de tours y asesoría técnica con información relevante de destinos turísticos manera que el usuario tenga la opción de contratar los servicios que oferta la oficina de turismo.

Los servicios serán llevados a cabo por conocedores y profesionales totalmente capacitados en patrimonio turístico cultural y natural. La oficina de turismo estará en la capacidad de llevar a cabo las estrategias necesarias para el óptimo funcionamiento de la misma, sin dejar de lado el sentido humano de compartir y convivir con el medio.

Con todos los aspectos anteriormente mencionados, se busca crear nuevas y mejoradas herramientas, que no solo permitan suplir las necesidades del estudiante, sino que se lograr despertar el interés del consumidor externo, ofreciendo atractivos en materia de turismo.

Objetivos

Objetivo General:

Estructurar la oficina de turismo del ITI, mediante la organización planificada técnicamente de las salidas pedagógicas dirigidas a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional, para la consolidación de su formación práctica basada en experiencias reales de la profesión.

Objetivos Específicos:

- Identificar las necesidades de salidas de campo pertinentes en la formación de las carreras que oferta el ITI.
- Diseñar rutas turísticas académicas que fortalezcan los conocimientos adquiridos para el desarrollo de su profesión.
- Definir los procesos y productos de operación turística para las salidas pedagógicas del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Ubicación geográfica del sitio de estudio

El presente proyecto de titulación se orienta a la estructuración de la oficina de turismo del Instituto Superior Tecnológico Internacional el mismo que se encuentra ubicado en la ciudad de Quito.

Quito es una ciudad inigualable cuyo Centro Histórico constituye un sitio privilegiado, de magnífica arquitectura monumental y gran colorido. En sus barrios se levantan templos, conventos, museos y otros edificios patrimoniales, que atesoran maravillosas obras de arte. El corazón de la ciudad moderna se encuentra ubicado el barrio de la Mariscal. Su intensa vida cultural, la calidad y variedad de sus servicios, su gastronomía e infraestructura, han hecho que la ciudad de Quito sea considerada como una metrópolis. (MICE Consulting, 2019)

El territorio de Quito se encuentra extendido en las faldas del volcán Pichincha, a 2850 metros de altitud sobre el nivel del mar, es así que existen miradores desde donde se pueden divisar los picos nevados de la Avenida de los Volcanes.

Quito es la ciudad latinoamericana que más recursos destina a proteger su patrimonio cultural tangible e intangible, por lo que sus bienes culturales están en un excelente estado de conservación y es exactamente este uno de los criterios más importantes que tomó en cuenta la UNESCO para designarla Patrimonio Cultural de la Humanidad en 1978. (MICE Consulting, 2019)

La industria del turismo considera a la ciudad de Quito como un destino emergente de la región; motivo por el cual en el transcurso de los años el turismo ha sido desarrollado a nivel educativo con la inclusión de carreras afines al turismo por varias instituciones de enseñanza acreditadas por el Consejo de Educación Superior en donde podemos desatacar prestigiosas universidades como la Universidad Central del Ecuador y la Universidad Tecnológica Equinoccial. Por otra parte, a nivel técnico y tecnológico superior podemos destacar importantes institutos como el Instituto Tecnológico Cordillera, y en Instituto Superior Tecnológico Internacional en donde se ha realizado el presente proyecto de titulación.

El Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, viene entregando al país profesionales en las ramas de Turismo hace 26 años, siendo uno de los pioneros en la formación de profesionales en carreras afines al turismo a nivel nacional; además, la institución está aportando en el proceso de enseñanza-aprendizaje regida en la normativa vigente por los órganos reguladores de la educación superior.

La propuesta educativa en la institución se basa en la creación de carreras enfocados en la enseñanza y aprendizaje, bajo un modelo dinámico e integrador con la participación proactiva y sinérgica tanto de la institución así como de sus docentes y estudiantes en una comunicación multidireccional para lograr resultados basados en los conocimientos, habilidades, destrezas y valores según el perfil profesional del área turística en la cual se enfoca cada una de sus carreras.

El Instituto Superior Tecnológico Internacional ha incorporado herramientas que permitan llegar a cada sector por medio de la tecnología y la práctica virtual y presencial, con el uso de una plataforma virtual, la misma que sumado al acompañamiento pedagógico, los estudiantes

puedan utilizar la información y la transformarla en conocimientos pertinentes a su realidad y posibilite la resolución de problemas en el campo de su profesión.

El Instituto Superior Tecnológico Internacional cuenta con docentes profesionales del más alto nivel y con los suficientes conocimientos académicos, que garantizan la calidad de las carreras de turismo, involucrando las nuevas competencias que deben manejar tanto el guía local de turismo como los administradores de empresas turísticas en su trato con el cliente – turista, ya que se constituyen como los representantes de la localidad que hospeda a los visitantes foráneos.

1.2 Marco Legal

1.2.1. Ley de Educación Superior

Es importante mencionar que debido a las características de la institución, para la cual se presenta la siguiente propuesta, se debe tomar en cuenta la Constitución del Ecuador del año 2008, en donde destacan los siguientes artículos:

Que, el Art. 26 de la Constitución de la República del Ecuador establece que la educación es un derecho de las personas a lo largo de su vida y un deber ineludible e inexcusable del Estado. Constituye un área prioritaria de la política pública y de la inversión estatal, garantía de la igualdad e inclusión social y condición indispensable para el buen vivir. Las personas, las familias y la sociedad tienen el derecho y la responsabilidad de participar en el proceso educativo; (Asamblea Constituyente, 2008)

Que, el Art. 27 de la Constitución vigente establece que la educación se centrará en el ser humano y garantizará su desarrollo holístico, en el marco del respeto a los derechos humanos, al medio ambiente sustentable y a la democracia; será participativa, obligatoria, intercultural, democrática, incluyente y diversa, de calidad y calidez; impulsará la equidad de género, la justicia, la solidaridad y la paz; estimulará el sentido crítico, el arte y la cultura física, la iniciativa individual y comunitaria, y el desarrollo de competencias y capacidades para crear y trabajar; (Asamblea Constituyente, 2008)

Por otra parte, es necesario reconocer que la Asamblea Constituyente a través de la Constitución del año 2008, reconocer al turismo como uno de los derechos principales de la libertad de todas las personas. Es así que el Art. 66 reconoce y garantiza “el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios”. (Asamblea Constituyente, 2008)

De igual manera, es necesario considerar las disposiciones del Consejo de Educación Superior, entidad que el 22 de enero del año 2017, mediante resolución, registra el Reglamento de Régimen Académico bajo el cual están regidas todas las IES o Instituciones de Educación Superior. Es así que la presente propuesta se ampara en los siguientes artículos de dicho documento:

Que, el Art. 11 sobre la organización del aprendizaje, menciona que esta “consiste en la planificación del proceso formativo del estudiante, a través de actividades de aprendizaje: componente de docencia, componente de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes y componente de aprendizaje autónomo” (Consejo de Educación Superior, 2017)

Que, el Art. 15 sobre las actividades de aprendizaje sobre el componente de prácticas de aplicación y experimentación de los aprendizajes menciona que:

Estas prácticas pueden ser, entre otras: actividades académicas desarrolladas en escenarios experimentales, clínicas jurídicas o consultorios jurídicos gratuitos de las IES, laboratorios, prácticas de campo, trabajos de observación dirigida, resolución de problemas, talleres, entornos virtuales o de simulación, manejo de base de datos y acervos bibliográficos, entre otros. La planificación de estas actividades deberá garantizar el uso de conocimientos teóricos, metodológicos y técnico-instrumentales y podrá ejecutarse en diversos entornos de aprendizaje. (Consejo de Educación Superior, 2017)

Sin embargo, al ser la oficina de turismo una propuesta que brinde sus servicios a los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional, pero también a otras instituciones o entidades, el Reglamento de Régimen Académico en su Art. 81 sobre consultorías y prestación de servicios menciona que estas están totalmente aprobadas “siempre que se hallen directamente vinculadas a sus dominios académicos y observen la legislación vigente, las IES podrán realizar consultorías y prestar servicios remunerados al sector público y privado”. (Consejo de Educación Superior, 2017)

Parte de los objetivos de esta oficina de turismo es que los estudiantes puedan realizar parte de sus prácticas pre profesionales en la misma, es por esto que el Art. 89 que se enfoca específicamente a las prácticas pre profesionales menciona que “estas prácticas deberán ser de investigación-acción y se realizarán en el entorno institucional, empresarial o comunitario, público o privado, adecuado para el fortalecimiento del aprendizaje”. (Consejo de Educación Superior, 2017)

De igual manera estas prácticas pre profesionales que se realicen dentro del entorno institucional pueden estar enfocadas en que los alumnos sean ayudantes de cátedra o investigación; es así que el Art. 93 especifica que:

Los ayudantes de cátedra se involucrarán en el apoyo a las actividades de docencia del profesor responsable de la asignatura, curso o su equivalente y desarrollarán competencias básicas para la planificación y evaluación que efectúa el profesor. Los ayudantes de investigación apoyarán actividades de recolección y procesamiento de datos, a la vez que participarán en los procesos de planificación y monitoreo de tales proyectos. (Consejo de Educación Superior, 2017).

La oficina de turismo se consolida como una propuesta experimental e innovadora que puede ser aprobada por el Consejo de Educación Superior tomando en cuenta la Décimo Tercera disposición general del Reglamento del Régimen Académico la cual promulga que “las IES acreditadas o de reciente creación podrán presentar al CES, con la debida

justificación, propuestas curriculares experimentales e innovadoras de carreras o programas que no se ajusten a los períodos académicos, requerimientos y parámetros contemplados en este Reglamento” (Consejo de Educación Superior, 2017)

1.3 Generalidades del Turismo

1.3.1 Concepto de Turismo

El turismo, como materia de investigación universitaria, comienza a interesar en el período comprendido entre las dos grandes guerras mundiales de este siglo (1919-1938). Durante este período, economistas europeos comienzan a publicar los primeros trabajos, destacando la llamada escuela berlinesa con autores como Glucksmann, Schwinck o Bormann.

En 1942, los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, definían el turismo como: “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Walter Hunziker, 1942).

Posteriormente, se definió el turismo como: “los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Burkart, 1981)

Finalmente, hay que destacar la definición que ha sido adoptada por la OMT, que recoge todos los puntos positivos de las expuestas anteriormente y, a su vez, formaliza todos los aspectos de la actividad turística; determinando así que “El turismo comprende las actividades

que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Organización Mundial del Turismo, 1995).

Se trata de una definición amplia y flexible, que concretiza las características más importantes del turismo. Éstas son:

- Introducción de los posibles elementos motivadores del viaje, “ocio, negocio, otros”
- Acotación temporal del período por un año, período realmente amplio, máxime si se compara con el tiempo normal de extensión de los visados de viaje para turismo por los gobiernos –tres meses– o con la periodificación prevista por algunas legislaciones para la delimitación de lo que se considera residencia habitual –seis meses–.
- Delimitación de la actividad desarrollada antes y durante el periodo de la estancia.
- Localización de la actividad turística como la actividad realizada “fuera de su entorno habitual”.

Respecto a esta última característica y en un intento por precisar qué se entiende por entorno habitual, la OMT (1995) establece: “El entorno habitual de una persona consiste en una cierta área alrededor de su lugar de residencia más todos aquellos lugares que visita frecuentemente”.

1.4 Turismo en el Ecuador

El Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, y que ha mantenido durante los últimos años un incremento en la llegada de turistas debido a sus maravillas naturales.

Localizado en un lugar privilegiado del planeta, en el nor-occidente de Sudamérica y la línea equinoccial, “limitando al Norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico” (Ministerio de Turismo, 2014); Ecuador está dividido en 4 regiones:

- Insular
- Litoral
- Andes
- Amazonía

En sus 24 provincias se pueden encontrar 1.800 especies de orquídeas, 1.640 especies de aves, 4.500 de mariposas, 345 de reptiles, 358 anfibios y 258 de mamíferos, entre lo más sobresaliente. (Suarez, 2017)

Las Islas Galápagos, son sin lugar a dudas el atractivo natural por excelencia del Ecuador. Constituye uno de los archipiélagos oceánicos más grandes, complejos, diversos y mejor conservados en términos ecológicos que existen actualmente en el planeta.

Por otro lado, se constituye como la segunda reserva marina más grande del mundo, tras la Gran Barrera de Arrecifes australiano, con una superficie de 135.000 Km^2 . Tan importante es Galápagos para el mundo, que ostenta el título de Santuario de Ballenas además de Patrimonio Natural de la Humanidad declarado por la UNESCO en 1978 (Suarez, 2017).

Toda esta gran variedad regional de fauna y flora ha permitido que el Ecuador sea un país muy atractivo a nivel turístico. Regresando un poco en el tiempo, en el año 2015 se lanzó una campaña publicitaria denominada “Ecuador y sus cuatro mundos”, campaña que ha sido poco constante, pero que ha impulsado a los turistas a conocer todo el país en poco tiempo ya que como se ha mencionado con anterioridad, el Ecuador es un país mega diverso en un espacio territorial bastante pequeño comparado con otros países de Latinoamérica. Esta campaña impulsó a que las agencias de viajes promocionen en su mayoría paquetes turísticos en los que ofrecían conocer el país en tan solo 12 días.

Esto es una moneda de dos caras, por un lado tenemos que la atención de los turistas es instantánea; pero por otro lado, este tipo de promoción hace que el turista no genere un interés a conocer algo que ya pudo hacerlo en pocos días.

Este breve análisis se realiza para anteceder la importancia de la diversidad de nuestro país y el hecho de tener toda esa variedad al alcance, para generar nuevos escenarios educativos de aprendizaje in situ. Y que de esta manera los estudiantes puedan tener una mejor formación académica práctica y así desenvolverse de manera eficiente en el campo laboral.

1.5 La programación de viajes

1.5.1 Las Excursiones

“Las excursiones son paquetes que engloban distintas prestaciones que pueden presentarse como: traslados, city tour, tour de compras, city by night y excursiones propiamente dichas” (Chan, 2011, pág. 23). Hay que tomar en cuenta que estos recorridos serán menor a 24 horas y no existirá el uso de las empresas de alojamiento para pernoctación.

Los *transfers*, “son los programas de más simple composición puesto que incluyen solamente el transporte desde un punto de partida a otro de destino” (Chan, 2011, pág. 23) y pueden incluir el servicio de acompañamiento.

El *city tour*, “es el programa local basado en un circuito o recorrido por una ciudad para conocer sus principales atractivos. La duración estimada es de medio día, con variaciones que oscilan entre 1 y 3 horas” (Chan, 2011, pág. 23). Su temática es general y opera en forma regular. En las ciudades europeas, los city son paseos por la ciudad de una hora de duración, que no incluyen visitas a interiores de atractivos ni se realizan descensos en su trayecto.

El *tour de compras*, “es un programa local que combina el traslado a zonas comerciales, fábricas o poblaciones que se caracterizan por la elaboración de bienes típicos, artesanías o productos específicos y una visita guiada o conferencia en las mismas” (Chan, 2011, pág. 23). Tienen una temática específica, que está centrada en los procesos de producción empleados y en el bien en sí mismo.

El *city by night*, “es el programa local que combina el traslado a restaurantes y lugares de diversión nocturna tales como cabarets, teatros, discotecas etc. Incluye una visita guiada por los barrios, avenidas y zonas de la ciudad famosas por su actividad nocturna” (Chan, 2011, pág. 24).

Las *excursiones propiamente dichas* son programas locales que incluyen distintos servicios como: transporte, visitas guiadas, comidas etc. Se realizan para conocer elementos o

atractivos puntuales y ciudades situadas en las cercanías de los centros turísticos. Al respecto cabe señalar que la OMT denomina excursión a:

Todo viaje o programa cuya duración no exceda las 24 horas, contando tanto la ida como el regreso al punto de partida y en cuyo trayecto se visitan los atractivos del lugar sin que existan limitaciones en la cantidad o tipos de servicios prestados (Organización Mundial del Turismo, 2016).

En la práctica el elemento que limita este servicio es el pernocte. El pasajero parte de un centro en el cual se aloja para visitar otra ciudad o centro cercano al primero por un lapso que no superará las 24 horas. Así podemos encontrar excursiones tanto de medio día como de día entero de duración.

En cuanto a su modo operativo puede operarlo una agencia o no, depende de los servicios incluidos. Cuando es operada por una empresa esta puede hacerlo en forma regular o eventual. De acuerdo a su duración las excursiones pueden ser de medio día, con un máximo de cuatro horas o de día entero con un máximo de ocho horas.

1.5.2 Tours

Se trata de un circuito con empleo de una o varias formas de transporte, hoteles reservados de antemano y visitas acompañadas a ciudades. Todo ello a un precio único y fijo per cápita, de acuerdo a un horario prefijado. El cliente abona todo el tour por adelantado. Su duración puede variar desde unas pocas horas, a días, semanas y hasta meses (Chan, 2011, pág. 27).

Dentro de este conjunto se pueden distinguir tres tipos de viajes diferentes, los de corta distancia: fin de semana y miniturismo y los viajes de larga distancia. El tour puede ser operado tanto por mayoristas como por empresas operadoras y su distribución en el mercado dependerá de la política de comercialización de la empresa productora.

Viajes de corta distancia

Fin de semana: “se conoce como viaje de fin de semana al tour cuya duración coincide con un weekend, es decir que incluye un sólo pernocte en su estadía” (Chan, 2011, pág. 26).

Miniturismo: “es el tour cuya duración oscila dos a cinco noches de pernocte en el destino. No se consideran las horas pasadas en el transporte que aproxime al pasajero al primer destino y de éste al punto de partida” (Chan, 2011, pág. 26). Debe aclararse que si en mitad del tour, el pasajero se ve obligado a pasar la noche en un transporte, esta pernoctación será tomada como parte del total de noches incluidas. Por ejemplo, si realizamos un tour de 4 noches, se cuentan desde el momento en que se arriba al primer destino o ciudad de pernocte hasta la última noche incluida en el itinerario, sin importar si durante el transcurso del tour tocamos más de un destino.

Viajes de larga distancia

Se considera que un viaje es de larga distancia cuando su duración supera las cinco noches de pernoctación. Por el territorio recorrido estos programas pueden ser zonales o regionales. Serán regionales cuando su circuito o recorrido abarque porciones extensas de territorio, sin tener en cuenta si se trata de regiones nacionales o transnacionales.

Por su organización los programas regionales pueden ser estándar o especiales, pero a diferencia de los programas locales estos pueden cubrir la modalidad de viaje itinerante o de estancia. Por su operación estos programas pueden ser regulares o eventuales, al igual que las

excursiones. Desde el punto de vista del usuario pueden producirse para grupos o para personas individuales, y por su temática serán generales o específicos.

1.5.3 Los Circuitos Turísticos: Características

Son recorridos que se realizan en el interno de una ruta turística, de manera lineal o circular. Integra atractivos, productos y servicios que complementan la visita del turista en un itinerario predeterminado, el cual implica siempre más de dos lugares distintos de pernoctación. (Ministerio de Turismo, 2017, pág. 4).

El circuito es la base para la producción de visitas guiadas, rutas y paquetes turísticos. Desde el programa simple, como puede ser una visita guiada a un museo hasta los complejos paquetes temáticos o especializados, ya que brinda el armazón físico sobre el cual se va ir incorporando servicios y actividades. Un circuito turístico se compone de cuatro elementos:

El espacio o territorio

La definición de los límites del espacio a abarcar se establece en forma artificial, pudiendo coincidir o no con los límites de zonas geográficas. Los factores a tener en cuenta para definir el tamaño de un circuito son el tipo de producto para el cual es diseñado, las características del espacio o territorio, la temática a abordar, la localización de los atractivos, la duración total de la prestación del servicio que se asentará en el circuito, y finalmente la modalidad escogida para recorrerlo.

La temática

Los circuitos turísticos pueden ser generales o temáticos. Son generales cuando en el transcurso desarrollan distintos temas, brindando al visitante un panorama global sobre el lugar visitado. Son temáticos cuando en el transcurso desarrollan solo temas

específicos. En este último caso encontramos un mayor nivel de profundidad y especialización.

Los atractivos

Los atractivos son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje, o lo que es lo mismo, el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporaria al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión. (Organización Mundial del Turismo, 1995)

En líneas generales los atractivos pueden ser de tipo natural o cultural. Serán naturales cuando se trate de bienes o manifestaciones relacionados con la naturaleza, como accidentes geográficos, flora, fauna, etc. Serán culturales aquellas manifestaciones cuya existencia depende del hombre, como museos, monumentos, fiestas tradicionales, costumbres, etc.

Para la clasificación de atractivos se considera dos categorías: *atractivos naturales* y *atractivos culturales*; ambas categorías agrupan a tipos y subtipos.

Categoría: Define los atributos que tiene un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Tipo: Son los elementos de características similares en una categoría.

Subtipo: Son los elementos que caracterizan los tipos.

Se los considera centrales, complementarios, periféricos o de entorno en función de tres parámetros: el tipo de atractivo, su relevancia y su localización.

Si el circuito es temático, son atractivos centrales aquellos que tiene relación directa con el tema planteado; si por el contrario el circuito es general son atractivos centrales los que por su trascendencia no pueden dejar de ser visitados.

Son atractivos complementarios o periféricos aquellos cuya relación con el tema es indirecta, pero que por su proximidad o significado complementan el atractivo central. En la práctica se trata de atractivos que no permiten o no justifican una visita a su interior.

Son atractivos de entorno aquellos paisajes, vistas o puntos panorámicos situados en las cercanías del atractivo central.

El Tiempo

Nos referimos al tiempo que el pasajero pasa en ruta o desplazándose de un punto a otro, pudiendo ser un centro de pernocte o un atractivo puntual. Su duración dependerá de la distancia y del tipo de transporte elegido. Observamos que la distancia medida en km es poco significativa. Al programar es preferible tomar las distancias en función de otros parámetros, como la cantidad de horas que implican y el confort del medio de transporte seleccionado

1.5.4 Tipos de circuitos y Características

Por el espacio que abarcan, los circuitos pueden ser locales o regionales; por su temática pueden ser generales o temáticos y en función de su diagramación pueden ser

lineales o circulares. “Son lineales cuando su diagrama presenta un trazado rectilíneo. “Pueden correr en forma paralela a algún accidente geográfico o a alguna carretera” (Chan, 2011, pág. 114).



Figura 1. Ejemplo de circuito lineal
Fuente: Google maps
Elaboración: El autor

“Los circuitos circulares o triangulares son aquellos donde el punto de inicio y de finalización de la ruta es el mismo y en cuyo recorrido no se repite la misma calle o camino” (Chan, 2011, pág. 115). Pueden unir tramos de distintas carreteras, como por ejemplo las giras académicas del Instituto Superior Tecnológico Internacional.



Figura 2. Ejemplo circuito circular
Fuente: Gira de estudios
Elaboración: El autor.

1.6 El espacio turístico

1.6.1 Concepto y características

El espacio turístico es la consecuencia de la presencia y distribución territorial de los atractivos turísticos que, no debemos olvidar, son la materia prima del turismo. Este elemento del patrimonio turístico, más la planta y la infraestructura turísticas, es suficiente para definir el espacio turístico de cualquier país (Boullón, 2006, pág. 65).

Cuando los técnicos trabajan en la determinación del espacio turístico, lo que hacen es delimitar sobre un mapa, una superficie de dimensiones planas, que es la mejor forma de representar el espacio que interesa a los planificadores físicos.

Como ya hemos señalado, una de las características físicas de los atractivos turísticos es que, aun cuando se encuentren próximos, sólo excepcionalmente se tocan unos con otros; la otra que agregamos ahora, es que hasta en los países que cuentan con una mayor densidad de atractivos se notan grandes áreas del territorio que carecen de ellos, lo cual acentúa su discontinuidad.

La mejor forma de determinar un espacio turístico es recurrir al método empírico, por cuyo medio se puede observar la distribución territorial de los atractivos turísticos y de la planta, a fin de detectar las agrupaciones y concentraciones que saltan a la vista.

1.6.2 Tipificación de espacios turísticos

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador en su Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador del año 2017, un espacio turístico se clasifica según el tamaño de su superficie en:

- **Zona:** es la unidad de mayor análisis y estructuración. Debe agrupar un número mayor o igual a 10 atractivos lo suficientemente próximos indiferentemente de su tipo y categoría.

- **Área:** se refiere a las partes en que se divide una zona. Agrupa un número de atractivos menor que los de la zona y requiere infraestructura de transporte y telecomunicaciones.
- **Centro turístico:** es un conglomerado urbano o en su zona de influencia. Agrupa suficientes atractivos que motiven la visita y debe abastecer al área con planta turística.

La tipificación de un espacio turístico requiere a más de la localización de los atractivos turísticos de información base y temática del territorio, esto es posible con el apoyo de herramientas SIG (Sistemas de Información Geográfica) por su capacidad para integrar información multi-temática y mediante análisis geográfico se obtiene unidades territoriales que cumplan con una de las tres tipificaciones antes mencionadas con el fin de planificar intervenciones oportunas por parte del sector que respondan a la realidad de un territorio. Gráficamente se puede esquematizar de la siguiente forma.



Figura 3. Esquema de la tipificación del espacio turístico.
Fuente: Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos del Ecuador 2017, MINTUR.
Elaboración: Ministerio de Turismo.

1.6.3 Corredores turísticos

Son las vías de conexión entre las zonas, las áreas, los complejos, los centros, los conjuntos, los atractivos turísticos, los puertos de entrada del turismo receptivo y las plazas emisoras del turismo interno, que funcionan como el elemento estructurador del espacio turístico (Boullón, 2006, pág. 80).

Según su función, pueden ser:

- Corredores turísticos de traslado.
- Corredores turísticos de estadía.

Corredores turísticos de traslado

Constituyen la red de carreteras y caminos de un país a través de los cuales se desplazan los flujos turísticos para cumplir con sus itinerarios. No cualquier ruta puede desempeñarse satisfactoriamente como corredor turístico, aunque en América Latina en pocas ocasiones hay posibilidad de elegir, porque no es frecuente que exista más de una ruta para ir de un lugar a otro. Cuando ello es factible, se deben seleccionar las rutas que pasan por los mejores paisajes y, de ser posible, que cuenten con mayor distribución lineal de atractivos a lo largo de su recorrido.

Una parte muy importante del equipamiento turístico, por su función estratégica para el desarrollo del turismo por carretera, debe ubicarse en los corredores de traslado. Este equipamiento consiste fundamentalmente en gasolineras, llanteras, servicios de mecánica ligera para los automóviles, servicios sanitarios limpios y en buen estado para los turistas, así como hoteles y lugares para comer y comprar artesanías o productos regionales.

En los lugares elegidos para las paradas intermedias de los autobuses, los restaurantes destinados a ese fin deben incluir estacionamientos bien dimensionados y servicios capaces de atender rápidamente a los grupos de personas que los ocupan de modo simultáneo.

Todos los edificios en que se encuentren instalados los equipamientos de la ruta ubicados dentro de su espacio turístico, necesariamente deben ubicarse a poca distancia de la misma para facilitar el acceso de los automóviles y autobuses que circulan por ella. De ahí que su presencia es muy importante no sólo por la facilidad con que se ven, sino también, porque el viajero se detiene en los mismos para consumir los servicios que prestan.

Corredores turísticos de estadía

Los corredores turísticos de estadía son superficies alargadas, por lo general paralelas a las costas de mares, ríos o lagos, que tienen un ancho que no supera en sus partes más extensas los 5 kilómetros. Los corredores de estadía pueden adoptar tres formas diversas, a saber:

- Ciudad lineal.
- Distribución lineal de alojamiento.
- Concentraciones escalonadas.

La ciudad lineal es el modo más acertado de urbanizar un atractivo longitudinal, porque así se logra un acceso frontal a las áreas de interés turístico desde muchos puntos y una distribución más racional de los usuarios.

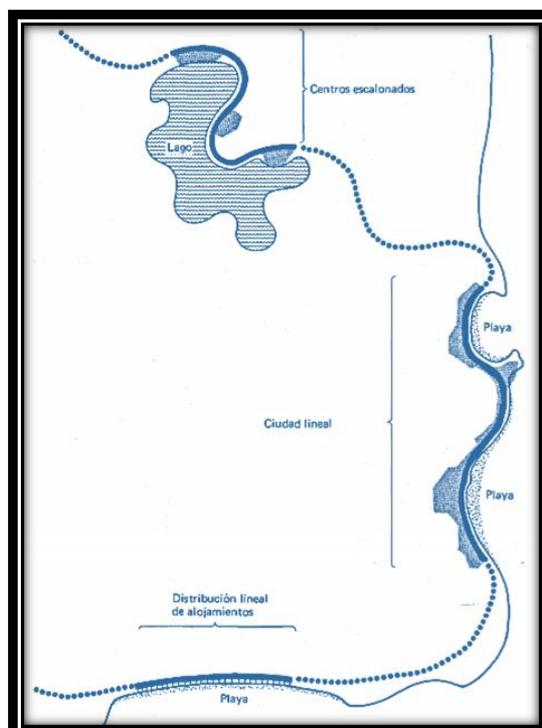


Figura 4. Tipología de los corredores de estadia
Fuente: Planificación del Espacio Turístico 2006.
Elaboración: Roberto Boullón.

Su profundidad puede variar desde un mínimo de 200 metros, que es la ideal pues equivale a no más de dos calles hasta un máximo de 500 metros. Atrás se pueden ubicar las áreas para la población permanente.

La distribución lineal de los alojamientos es una forma de explotación primaria de los corredores de estadia, que consiste en una franja de no más de 100 metros entre el camino y la costa, donde diferentes propietarios construyen hoteles, moteles, hosterías, campings, etc.

Las concentraciones escalonadas responden a atractivos que dejan cortas distancias entre sí. Esa particular disposición acontece con mayor frecuencia en las costas cuando una serie de playas se suceden formando arcos separados por paredes de rocas que culminan sus extremos e interrumpen su continuidad. Otra posibilidad se da en las zonas de montaña de interés paisajístico, en los lagos y en los ríos ricos en pesca deportiva, que cuentan con pequeños centros turísticos, los cuales se desarrollan en los lugares donde el paisaje alcanza su mayor valor y los ríos su máxima pesca.

1.7 Diagramación de circuitos turísticos

Su planificación presenta tres momentos:

- La investigación.
- El análisis.
- La enunciación del circuito.

1.7.1 La investigación

Según Nélida Chan, la investigación de la zona, destino o atractivo requiere de un relevamiento exhaustivo del área a recorrer. En el caso de una visita guiada o una ruta este relevamiento se centra en la información histórica, geográfica y patrimonial del destino o atractivo a visitar.

Los datos obtenidos serán analizados y se determinará si se trata de elementos centrales, complementarios, periféricos o de entorno a la temática propuesta a fin de establecer la oportunidad de su inclusión en el programa.

Una vez seleccionados, se debe verificar su localización en el mapa correspondiente y establecer las distancias entre ellos, por último se fijarán los puntos de partida y finalización del circuito.

Si elaboramos un circuito para un paquete receptivo se deberán establecer los centros base o de pernocte teniendo en cuenta los atractivos más importantes existentes en la zona, las rutas de acceso al primer destino y de enlace entre centros. Esta tarea presupone un correcto y exhaustivo análisis de las posibilidades turísticas del área y la selección de los puntos más convenientes en función de su trascendencia, localización y distancia.

La **observación sistémica** se aplica en situaciones de diagnóstico y clasificación basándose en taxonomías o tipologías ya establecidas, de manera que las categorías de observación ya están codificadas, implica una tarea de relevamiento y registro.

El **relevamiento** consiste en la recopilación de todos los datos existentes, documentales u observables sobre el patrimonio objeto del estudio. Este proceso se compone de tres fases:

Fase preliminar: donde se identifica aquello que se va a relevar, se confecciona el material de registro del dato y se planifica la tarea de campo.

Tareas de campo: en su transcurso se lleva a cabo la observación del elemento in situ.

Fase de registro del dato: registrar un dato implica asentar la información recolectada en una ficha, sea manual o no, donde en forma ordenada aparezca todo aquello que se relevó.

La **entrevista** es un procedimiento que tiene por objeto recolectar información en relación con una temática dada. Para lograrlo pone en contacto a un entrevistador, quien deberá recolectar los datos en cuestión, y a un entrevistado, el que los suministrará. La utilización de un tipo específico de técnica de entrevista dependerá de:

- El momento y el lugar de la investigación.
- El tipo o fin que tenga la investigación.
- El nivel de profundidad de la investigación.

Las entrevistas pueden ser directas o indirectas, dirigidas o no dirigidas, extensivas o intensivas.

Serán *dirigidas* o no dirigidas en la medida que el entrevistador entre directamente en tema. Una parte de lo que él piensa es el centro del problema a investigar.

La entrevista es *directa* cuando se parte del convencimiento de que tanto las preguntas como las respuestas tienen una sola interpretación posible. Es *indirecta* cuando se presupone que el verdadero sentido de la respuesta puede ser diferente del expresado por el entrevistado.

Una entrevista es de tipo extensivo cuando su finalidad es la cuantificación estadística, para lo cual se emplean instrumentos con capacidad de atender una población importante en tamaño.

1.7.2 El análisis de la información

Como se señaló anteriormente, una vez recolectada la información se la procesa, analiza y evalúa para determinar su pertinencia y nivel de significancia con el objetivo del circuito. La primera tarea, una vez recolectados los datos, es ordenarlos según criterios que permitan su clasificación para posteriormente codificarlos.

La OMT hace una diferenciación entre el patrimonio de un lugar y los recursos turísticos; Así establecen que patrimonio es “el conjunto potencial de bienes materiales e inmateriales...” mientras que los recursos son aquellos que hacen posible la actividad turística.

En resumen podría decirse que el procedimiento consta de entrevistas a diferentes expertos en un tema determinado en varias ocasiones o rondas de entrevista, de manera que cada ronda sea la confirmación o la modificación de lo dicho en la vuelta anterior, hasta llegar a un resultado que satisfaga a todos los participantes.

1.7.3 Enunciación del circuito

A partir de la información analizada se procede a la selección de aquellos elementos que presenten los mayores niveles de atractividad, significancia y pertinencia con la temática del circuito, se los marca en un plano para observar su accesibilidad y grado de comunicación entre ellos y por último se redacta el circuito marcando los atractivos centrales, las calles o rutas de enlace y la distancia parcial entre elementos medida en metros, kilómetros o en tiempo. En la actualidad esta fase se desarrolla a partir de los softwares existentes en el mercado como los simuladores de viajes o el uso de los Sistemas de Información Geográfica o sistemas de georeferenciamiento.

1.8 Análisis de la accesibilidad

Se evalúan las rutas de acceso a los centros y atractivos, su estado de conservación, tipo, paradores, nivel de urbanización circundante, etc. Evaluar las rutas significa considerar todas las alternativas que nos ofrece la zona. Luego se determinan las distancias parciales entre centros, medidas en kilómetros y en tiempos, a fin de obtener un cuadro de situación completo (Chan, 2011, pág. 124).

1.9 Selección de centros base

“El centro base es la localidad o ciudad que posee el nivel adecuado de servicios para efectuar los pernoctes indicados en el programa” (Chan, 2011, pág. 124). Además de establecer el

nivel de los servicios en cuanto a calidad, cantidad y nivel tarifario, deben tenerse en cuenta las siguientes condiciones:

- Que sean los centros con mayor movimiento urbano de la zona, a menos que la temática del programa exprese lo contrario.
- Que tengan posibilidades de realizar actividades recreativas y de esparcimiento.
- Que se encuentren equidistantes de los otros centros considerados.

1.10 Confección del itinerario

El circuito es la base o estructura para la confección de un itinerario. El itinerario debe consignar los centros base, todos los atractivos que se visitan o recorren en el programa, los servicios incluidos, los días y horas en que se desarrollarán las actividades previstas y toda otra información sobre lo ofrecido al usuario en dicho programa. (Chan, 2011, pág. 127).

1.10.1 Estructuración del itinerario

Según Nérida Chan, en su libro Circuitos turísticos, es en esta fase donde se otorga un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios, actividades y visitas a atractivos puntuales. Se determinarán los tiempos otorgados para los tramos en ruta, visitas y excursiones, paradas técnicas y tiempo libre diario.

Tiempos en ruta: se toma la velocidad media constante del vehículo y se lo relaciona con la distancia entre dos puntos dada en kilómetros o millas, según el país. En cada tramo (entendido como el recorrido entre dos centros de pernocte) se considera como duración máxima aceptable 8 horas de marcha, salvo que la geografía justifique tramos más extensos.

Tiempos de visitas: dependerán del tipo de visita de que se trate. Si se incluyen visitas a elementos aislados de tipo urbano, tanto en espacios cerrados como abiertos, se considera una duración aproximada de 30 a 45 minutos como máximo. Si es una visita a un elemento

aislado de tipo rural, como un parque nacional, por ejemplo, la duración podrá extenderse a 60 minutos.

Si se trata de una visita a una localidad o parte de la misma, su duración será de 2 a 3 horas según la envergadura de la misma y según se realice con movilidad o a pie. Si se trata de excursiones de día entero, la duración no excederá las 7 horas incluyendo el viaje de ida y regreso al centro base.

Tiempo libre: es el período de tiempo diario no comprometido en el consumo de actividades preestablecidas en el plan. Si bien no hay un criterio único, es conveniente calcular un medio día libre cada 2 ó 3 días completos.

Paradas técnicas: se las emplea como una forma de cortar el trayecto de marcha. Es el período de detención cuya duración varía entre 30 y 90 minutos de acuerdo con los servicios que se consuman en ese lapso.

Fijación de horarios: una vez conocida la duración de la prestación de cada servicio y las actividades incluidas en el programa, se pueden fijar los horarios tentativos para su operación. Se deben tomar parámetros amplios, como la mañana, tarde o noche, que se ajustarán a lo largo de la tarea programadora.

Redacción del itinerario: “en esta fase se detalla el programa día por día sintetizando toda la información necesaria para el armado del paquete” (Chan, 2011, pág. 128). Su redacción deberá ser concreta y precisa, y deberá utilizar una forma de fácil interpretación que indique:

- Día en que se presta cada servicio.

- La localidad donde se presta el servicio.
- Detalle de cada servicio incluido.

Hay que tomar en cuenta que en el momento del diseño de un circuito, son tres los itinerarios que se generan; en primer lugar un *itinerario de programación* como se puede apreciar en la Tabla No. 1 en el cual se encuentran todos los tiempos del recorrido, los atractivos a visitar, las actividades, el kilometraje, así como los corredores que serán tomados en el trayecto Quito – Latacunga - Ambato.

Por otro lado encontramos un *itinerario operativo* que suele ser entregado al guía encargado o al tour líder con el objeto de cumplir con los horarios establecidos, este será menos extenso que el itinerario completo como puede observarse en la Tabla No. 2.

Finalmente se encuentra el *itinerario comercial*, el mismo que es una descripción resumida del circuito turístico a realizarse, generalmente este está destinado a los turistas y su presentación queda al ingenio del diseñador como puede observarse en la Figura 5.

1.11 Selección de prestadores turísticos

Esta fase se asienta en la capacidad de negociación que tiene el programador para obtener los mejores resultados posibles minimizando los costos, según los criterios de eficacia y economía. Se debe considerar todos los establecimientos posibles en cada centro base, de acuerdo con las características formales del programa. (Chan, 2011, pág. 129).

Estos establecimientos pasan a funcionar como prestadores alternativos. Para realizar la selección se debe tener en cuenta que el objetivo es maximizar la calidad de la prestación reduciendo el costo al mínimo. La información necesaria es:

- El domicilio de la empresa a contratar.

- La tarifa pasada.
- El nombre del contacto o persona con quien se ha negociado la tarifa o precio.
- Las condiciones del servicio.
- Las condiciones de pago.

No hay que olvidarse que se trata de una selección de prestadores o proveedores posibles. Será en la etapa de operación cuando se llegará a un acuerdo definitivo o contrato de servicios.

Tabla No. 1 Ejemplo de programación de itinerario.

| PROGRAMACIÓN DE ITINERARIO | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------------|-------|----------------------------|--------------------------|--|-------------|------------|----------------------------|-----------|----------------------------|---------------------------------------|--|-----------------------|--|
| | Hora | Origen | Corredor de traslado | Vía Secundaria | Kilometraje | Tiempo | Destino | Duración | Atractivo principal | Atractivo secundario o complementario | Atractivo alternativo | Corredores de estadía | Actividad |
| Día 1 | 6:30 | ITI | E35 | Autopista General Rumiñahui | 52,8 km | 1 h 19 min | Machachi | 30 min | Iglesia Matriz de Machachi | Parque de Machachi | Aguas de Tesalia | N/A | Interpretación Artística de la Iglesia Matriz de Machachi |
| | 8:19 | Iglesia Matriz de Machachi | E35 | N/A | 6,2 km | 9 min | Café de la Vaca (Machachi) | 1h | Gastronomía | N/A | N/A | N/A | Desayuno |
| | 9:28 | Café de la Vaca | E35 | N/A | 40 km | 1 h | Parque Nacional Cotopaxi | 30 min | Laguna de Limpiopungo | N/A | Área Nacional de Recreación el Boliche | N/A | Visita a la laguna, Toma de Fotografías. |
| | 10:58 | Laguna de Limpiopungo | Carril Panamericana | E35 | 35 km | 53 min | Latacunga | 1h 30 min | Gastronomía | N/A | N/A | N/A | Almuerzo (Chughucaras Rosita; La Mama Negra) |
| | 13:21 | Latacunga | E30 | E35 | 77,3 km | 1 h 56 min | Zumbahua | 2h 20 min | Laguna del Quiotoa | N/A | N/A | N/A | Trekking/Senderismo |
| | 15:41 | Zumbahua | E30 - E35 | E30 - Carril Panamericana | 116 km | 2 h 54 min | Parroquia Panzaleo | 20 min | Laguna de Yambo | N/A | N/A | N/A | Vista Panorámica/ Guianza/ Fotografías |
| | 18:55 | Panzaleo | E35 | N/A | 35 km | 53 min | Ambato | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | City by night / Cena / Pernoctación (Hotel Imperial; Hotel Colony INN) |
| Día 2 | 7:00 | Ambato | N/A | N/A | N/A | N/A | Ambato | 1h | N/A | N/A | N/A | N/A | Desayuno |
| | 8:00 | Ambato | E30 | E35 - E30 | 27,6 km | 40 min | Patate | 2h 20 min | Cascada de Mundug | N/A | N/A | N/A | Senderismo/Trekking |
| | 11:00 | Patate | Vía Pellico - Patate | N/A | 21,1 km | 32 min | Cevallos | 30 min | Fábrica de Calzado | Monumento Pedro Fermín Cevallos | N/A | N/A | Recorrido y procesos de elaboración de calzados. |
| | 12:02 | Cevallos | 493B | 491 | 17,6 km | 26 min | Pinlo | 1h 30 min | Gastronomía | N/A | N/A | N/A | Almuerzo (Las gallinas de Pinlo Abaká; Casa "El Recreo las Gallinas de Pinlo") |
| | 13:58 | Pinlo | Vía Ambato - Quisapincha | N/A | 7,7 km | 12 min | Quisapincha | 45 min | Calle el Cabarero | Parque de la familia | N/A | N/A | Visita a las artesanías elaboradas en cuero. |
| | 14:55 | Quisapincha | E35 | E35 - Autopista General Rumiñahui (desde Tambillo) | 149 km | 3h 44 min | Quito | N/A | N/A | N/A | N/A | N/A | Retorno al ITI |

Elaboración: El autor.

Tabla No. 2. Ejemplo de Itinerario operativo.

| PROGRAMACIÓN DE ITINERARIO | | | | | | |
|----------------------------|-------|----------------------------|----------------------|----------------------------|------------------|--|
| | Hora | Origen | Recorrido Aproximado | Destino | Tiempo de Visita | Actividad |
| Día 1 | 6:30 | ITI | 1 h 19 min | Machachi | 30 min | Interpretación Artística de la Iglesia Matriz de Machachi |
| | 8:19 | Iglesia Matriz de Machachi | 9 min | Café de la Vaca (Machachi) | 1h | Desayuno |
| | 9:28 | Café de la Vaca | 1 h | Parque Nacional Cotopaxi | 30 min | Visita a la laguna, Toma de Fotografías. |
| | 10:58 | Laguna de Limpiopungo | 53 min | Latacunga | 1h 30 min | Almuerzo (Chughucaras Rosita; La Mama Negra) |
| | 13:21 | Latacunga | 1 h 56 min | Zumbahua | 2h 20 min | Trekking/Senderismo |
| | 15:41 | Zumbahua | 2 h 54 min | Parroquia Panzaleo | 20 min | Vista Panorámica/ Guianza/ Fotografías |
| | 18:55 | Panzaleo | 53 min | Ambato | N/A | City by night / Cena / Pernoctación (Hotel Imperial; Hotel Colony INN) |
| Día 2 | 7:00 | Ambato | N/A | Ambato | 1h | Desayuno |
| | 8:00 | Ambato | 40 min | Patate | 2h 20 min | Senderismo/Trekking |
| | 11:00 | Patate | 32 min | Cevallos | 30 min | Recorrido y procesos de elaboración de calzados. |
| | 12:02 | Cevallos | 26 min | Pinlo | 1h 30 min | Almuerzo (Las gallinas de Pinlo Abaká; Casa "El Recreo las Gallinas de Pinlo") |
| | 13:58 | Pinlo | 12 min | Quisapincha | 45 min | Visita a las artesanías elaboradas en cuero. |
| | 14:55 | Quisapincha | 3h 44 min | Quito | N/A | Retorno al ITI |

Elaboración: El autor.

**CIRCUITO QUITO-
LATACUNGA-AMBATO**

| Día 1 | Día 2 |
|---|---|
| <p>Desde Quito, durante el trayecto hacia Latacunga, se abordará la arteria principal Panamericana (E 35), acompañados con un guía especializado, se podrá admirar y conocer los principales atractivos turísticos de la ruta.</p> <p>Iniciaremos conociendo el valle de Machachi, lugar rodeado de volcanes, donde se podrá contemplar la Iglesia Matriz de Machachi y su riqueza artística, posteriormente se degustará un exquisito desayuno en el restaurant Café de la Vaca, para después dirigirse hacia la Laguna de Limpiopungo ubicado en el Parque Nacional Cotopaxi donde podrá fotografiar la belleza paisajista y todo la riqueza natural del área. Al arribar a la ciudad de Latacunga su paladar se deleitará con las deliciosas chugchucaras y demás platos típicos.</p> <p>A continuación disfrutará de la naturaleza en todo su esplendor con una caminata por los alrededores de la Laguna de Quilotoa (Zumbahua), luego contemplará una hermosa vista panorámica de la Laguna de Yambo (Parroquia Panzaleo) para finalmente dirigirse a la ciudad de Ambato en donde por la noche se realizará un city by night, y al culminar las actividades podrá descansar en el moderno y acogedor Hotel Imperial</p> <p>INCLUYE</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Transporte de turismo ❖ Visitas según lo detallado ❖ Alimentación ❖ Entradas a los destinos turísticos ❖ Guía de Turismo | <p>Iniciaremos las actividades realizando un senderismo en la Cascada de Mudung sus aguas son cristalinas y tiene una caída aproximadamente de 20 m, además está rodeada de un panorama andino que fascina a grandes y pequeños, después visitaremos la fábrica de calzado donde se conocerá el proceso de elaboración de este implemento de vestir, para luego dirigirnos a almorzar en el restaurante la Casa El Recreo Las Gallinas De Pinllo, creadores de la gallina de Pinllo y el primer restaurant de comida tradicional ecuatoriana en este sitio.</p> <p>Después de degustar este popular plato, nos trasladaremos a la calle el Calvario (Quisapincha) para conocer sobre las artesanías elaboradas en cuero y finalmente se tomará la Autopista General Rumiñahui (desde Tambillo) y retornaremos a la ciudad de origen.</p> <p>INCLUYE</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Transporte de Turismo ❖ Visitas acorde al programa turístico ❖ Guía de Turismo ❖ Alimentación ❖ Entradas a los destinos turísticos ❖ Impuestos <p>NO INCLUYE</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Bebidas extras y alcohólicas. ❖ Y lo no especificado en el itinerario. |

Figura 5. Ejemplo de itinerario comercial.
Elaboración: El autor.

1.12 Cotización del programa

En esta fase se fija el costo final del producto. “El presupuesto se puede calcular a partir de cada salida o de lo contrario se puede tomar como unidad de cálculo el total de salidas de la temporada” (Chan, 2011, pág. 134). En ambos casos se cotizará por programa teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Los costos fijos de la empresa e indirectos al programa.
- Los costos variables de la empresa y directos al programa.
- El canal de distribución en función de su retribución o comisión.

1.12.1 Los costos fijos e indirectos al programa

“Son aquellos que no dependen directamente de la operación del producto sino que se deben abonar independientemente al volumen de la producción” (Chan, 2011, pág. 134). Mediante el método de costeo por absorción, se establece un índice por producto. Dicho índice expresa la parte del costo fijo a agregar en cada presupuesto. Dicho índice se establece teniendo en cuenta los gastos de:

- Salarios.
- Cargas sociales.
- Promoción.
- Teléfono y demás medios de comunicación.
- Alquiler (en caso de no ser propietario).
- Servicios públicos y tasas municipales.
- Impuestos directos.
- Otros.

1.12.2 Los costos directos al programa

“Son aquellos que surgen como consecuencia de la producción de un determinado programa y que varían según el tamaño de la misma. En esencia, se trata de las tarifas pasadas por los

distintos prestadores o proveedores más los impuestos indirectos como el IVA y las comisiones a terceros” (Chan, 2011, pág. 135).

Para la confección del presupuesto se toman los precios unitarios es decir por persona. En el caso de proveedores que cotizan por unidades mayores, se emplea el grupo base o punto de equilibrio para llegar a determinar el costo por pasajero.

Cuando se cotizan programas internacionales se debe incluir en la misma planilla de presupuesto el tipo de cambio y la fecha en que se realizó la operación de compra-venta de moneda (en forma teórica).

Aunque parezca un detalle trivial esto es de suma importancia, toda vez que se trabaja con precios pasados en distintas monedas en forma simultánea.

A continuación, y a modo de ejemplo, se describe cómo se realiza el cálculo con respecto al transporte: se incluye el transporte de aproximación, ya sea línea regular o charter, y los traslados o transfer en destino.

Si el medio es fletado o charter, la tarifa pasada está dada por la unidad, de modo que se la debe prorratear por la cantidad de pasajeros o grupo base.

Tabla No. 3. Ejemplo costos de transporte

| DETALLE | TARIFA | NÚMERO DE PASAJEROS | COSTO POR PAX | TOTAL |
|------------|--------|---------------------|---------------|-------|
| Transporte | \$200 | 10 | 20 | 200 |

Elaboración: El autor

Este procedimiento debe realizarse con todas las empresas prestadoras de servicios.

El beneficio deseado: es el porcentaje de ganancia real que se espera obtener por producto y que se carga sobre el costo total por persona. Para el cálculo de este coeficiente se emplea la siguiente fórmula:

$$G = \frac{\% \text{ Deseado}}{100 - \% \text{ Deseado}}$$

Por ejemplo: si quiero obtener un 20 % de ganancia real,

$$G = \frac{20}{100 - 20} = 0.25$$

O sea que para obtener ese porcentaje de ganancia real debo cargar el 25%.

1.12.3 El canal de distribución del producto

Se entiende por canal de distribución el sistema de comercialización empleado por la empresa para colocar sus productos en el mercado, y está directamente relacionado con el precio final o de venta. En esta actividad los precios pueden ser netos o comisionables (Chan, 2011, pág. 136).

El establecimiento de un precio comisionable presupone que es el operador el que fija el margen de ganancia a percibir por los intermediarios.

El establecer un precio final neto presupone que cada empresa minorista intermediaria deberá poner su propio margen de ganancia. El precio neto es el resultado de la suma del costo más el margen de ganancia.

1.12.4 El precio

Todo precio, sea de un bien o un servicio, es el reflejo del valor de intercambio del mismo con otros productos. Dicho de otra forma, “es el valor de un producto expresado en términos monetarios, en comparación con otros productos” (Chan, 2011, pág. 137).

Para el consumidor el producto deberá presentar un grado de satisfacción superior al que habría podido obtener gastando la misma cantidad de dinero en otra cosa. Con esto queremos señalar que el turista compara los distintos productos que se le ofrecen en términos de satisfacción, a su vez, esa satisfacción posible está unida a la visión que se tiene respecto de la calidad del paquete a adquirir.

De ahí que siempre deba observarse la relación existente entre el grado de calidad de un programa y el nivel de precio del mismo.

Para la empresa productora ese precio es un elemento de posicionamiento en el mercado y su determinación deberá ser coherente con la estrategia de producción planteada por la organización. Este es un aspecto de la producción que si no se enfoca correctamente puede determinar el fracaso de un producto en el mercado.

Tradicionalmente (cabe acotar que muchas empresas continúan aplicando este sistema) se llegaba al precio simplemente agregando al costo un beneficio o margen de utilidad. Hoy en día, el marketing aconseja efectuar diversos análisis antes de colocar el precio de venta de un producto para apreciar cómo se comporta éste frente a todas las variables que influyen sobre el consumidor.

1.12.5 El programa resultado

Según Nélide Chan, es el detalle o explicación del programa. Existen distintas formas de presentación, que dependen del estilo propio de cada operadora. Usualmente el contenido y redacción de la información suministrada al pasajero cubre los siguientes puntos:

- Nombre o denominación del programa.
- Duración del programa: en días y en noches.
- Fecha de salida.
- Precio por persona.
- Los servicios que incluye el programa.
- Día en que se presta cada servicio.
- Las localidades o ciudades visitadas.
- Descripción de los lugares y atractivos visitados.
- Información sobre las actividades incluidas en el programa.
- Información sobre el tiempo libre.
- Condiciones generales o contractuales del programa.

1.13 Guion turístico

El guión turístico es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar los servicios turísticos a las necesidades de los diferentes segmentos de turistas. Conlleva la elaboración de un estudio previo para identificar el patrimonio turístico y los servicios turísticos (Consoli, 2013).

Se debe tener en cuenta que para poder realizar un guión debe haber un factor decisivo y primordial establecido previamente a la realización de este, esto es, un objetivo o meta que lleve el guión por un camino específico y que no dé cabida a desvíos del tema o interpretaciones distintas de las que en realidad deben generarse. Para este paso previo debe hacerse la pregunta ¿Qué es lo que pretendo transmitir con este guión? ¿Cuál es el mensaje que se desea transmitir a cada uno de los espectadores?

1.13.1 Diseño del guion

- Definir el servicio para el que se confeccionará el guión.
- Establecer que se va a comunicar
- Determinar cómo se va a comunicar
- Tomar muy en cuenta el inicio y el cierre.
- Estudiar los atractivos a visitarse
- Ordenar la estructura del guión
- Redactar el guión

Guion de tipo histórico: Se refiere tanto al edificio en cuestión como a otros aspectos inherentes a lo histórico. En lo que concierne al primer aspecto se deberá tener en cuenta: cuándo fue realizado el templo, antecedentes y motivo de su construcción, si es iglesia, parroquia, basílica (tener en claro qué diferencias hay entre cada una).

Entre otros aspectos relacionados con lo histórico, es decir lo que habitualmente se denomina “pequeña historia”, podemos incluir anécdotas, leyendas y costumbres.

Guion de tipo arquitectónico: Estilo, detalles, medidas, materiales, procedencias, arquitecto o alarife (biografía y otras obras realizadas por ellos), constructor, ingeniero o empresa constructora, etc.

Tipos de retablos si los hubiera, diferencias según la antigüedad o material: de madera, mármol o granito. Saber especificar épocas, estilos, retablistas o artesanos, las técnicas, los instrumentos utilizados, los tipos de pintura, el dorado a la hoja (Consoli, 2013).

1.13.2 Guion Armado

El armado de un guion es orientativo y llevado al discurso, no puede por tanto seguirse al pie de la letra, debido a que los grupos son diferentes y con cada uno se aplica una dinámica distinta.

CAPITULO II: DIAGNÓSTICO

2.1 Análisis del entorno

2.1.1 Análisis del macro entorno

Factor Geográfico

El Ecuador es un país privilegiado al encontrarse en la línea equinoccial o centro del mundo. Debido a esto, posee una gran diversidad de especies de fauna y flora, además de diversos climas, características que se ven reflejadas en sus cuatro regiones las mismas que el Ministerio de Turismo, a partir del año 2017, denominó como Cuatro Mundos.

El mundo Costa se caracteriza por tener un clima cálido y una diversidad de playas las cuales atraen a muchos turistas que buscan turismo de aventura o turismo de sol y playas a través de la posicionada Ruta del Spondylus. Por otro lado, el mundo Galápagos que muchos consideran como un paraíso descubierto por Charles Darwin posee tortugas gigantes, lobos marinos, aves exóticas y muchas otras especies que llaman la atención a este laboratorio único en el mundo.

Con un clima menos cálido encontramos al mundo Andes, que posee valles, montañas, páramos, ríos, lagunas y ciudades milenarias cuna de arte y cultura. Está atravesado por volcanes y nevados que convierten a este mundo en una motivación de visita al país. Finalmente, el mundo Amazonía es una de las reservas biológicas más atractivas, localizada en la parte oriental del país. Se caracteriza por poseer una frondosa vegetación, bosques y ríos

cristalinos que transportan al turista a una experiencia inolvidable (Ministerio de Turismo, 2014).

Todas estas características hacen del Ecuador un destino turístico privilegiado. El Instituto Superior Tecnológico Internacional al promover carreras de hospitalidad además de la carrera de Diseño Gráfico y Estudios Ambientales, debe incentivar en sus estudiantes conocer este territorio de ahí la necesidad de crear una oficina de turismo que facilite esta operación; logrando de esta manera, que todas las carreras puedan acceder a salidas de campo planeadas técnicamente optimizando recursos como tiempo y dinero.

Factor Demográfico

Según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos el Ecuador es un país relativamente pequeño, con una población de 16 millones de habitantes aproximadamente según el INEC, las ciudades con mayor población son Cuenca, Guayaquil y Quito, aunque estas se encuentran en constante crecimiento ya que el 50,4% son pobladores de género femenino y el restante son de género masculino.

El Ecuador cuenta con una población indígena activa que es del 7%, mientras que el 71.9% son pobladores de raza mestiza, aquí se suscita un fenómeno en el que las personas que se encuentran en el campo tienden a salir de su lugar de confort para mejorar su estatus de vida generando de esta manera la migración interna ya sea por estudios o trabajo por lo general a la Provincia de Pichincha recordando que posee apenas el 1.3% de analfabetismo. (INEC, 2018)

El sistema educativo tanto privado como público año tras año ofertan diversidad de carreras para la basta demanda de estudiantes los cuales se acumulan en las principales ciudades del país, como es el caso de Quito el que alberga distintas agrupaciones de personas que buscan una educación de excelencia entre las provincias que optan por ingresar a Quito se encuentran las provincias de Cotopaxi y Tungurahua con el 37.9%, al igual que Imbabura con el 39%. (SENESCYT, 2018)

Estos factores son relevantes para la creación de la Oficina de Turismo dentro del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, ya que la mayoría de migraciones que se muestran se realizan a la Ciudad de Quito, y debido a la oferta académica que presenta el instituto es de suma importancia que se funde dicha oficina, con el fin de que los alumnos puedan realizar pasantías dentro de la institución, y de esta manera fomentar la formación académica de excelencia como se estipula en el reglamento de la Institución.

Factor Económico

Según el último informe entregado por el Ministerio de Turismo, el mundo crece sostenidamente un 5% anual en su rentabilidad económica basada en turismo; mientras que “Ecuador crece al 14,2% como el segundo país de mayor crecimiento en Latinoamérica y entre los diez de mayor proyección internacional”. (Universidad Técnica Particular de Loja, 2017)

Según un informe de la Universidad Técnica Particular de Loja (2017) se destaca que:

Varias cadenas hoteleras de relevancia mundial han decidido invertir en el país, por lo que su crecimiento de ingresos también ha aumentado en un 22% en los últimos años. Esto da partida a varias mejoras de infraestructura, transporte y servicio al turista.

Según una entrevista realizada a Antonio del Rosal, Director Ejecutivo para América Latina de Adventure Travel Trade Association ATTA señala que:

El turismo de aventura es el más destacable en el país, la Industria del turismo de aventura cuesta cerca de 263 billones de dólares. El gasto promedio por persona es de \$ 2 750 por viaje y el tiempo promedio es de 8,8 días de viaje (Universidad Técnica Particular de Loja, 2017).

El turismo fue la tercera fuente de ingresos no petroleros, atrajo 1,6 millones de visitantes lo que representó el 14% más del anterior año 2016. Se registraron 1,6 millones de dólares de ingresos por turismo, 11,9% más que el anterior año. La actividad turística generó más de 500.000 empleos directo e indirectos. En el 2017 la contribución total del turismo al producto interno bruto alcanzó el 5,3%. En un aproximado de 8 feriados se registraron 8.2 millones de viajes en el país lo que generó 784 millones de dólares. (Ministerio de Turismo, 2017)

El proyecto de investigación se relaciona con lo antecedido ya que es muy importante el crecimiento económico del país, para la mejora de la actividad turística que se anexan a la creación de productos turísticos que se van a ofertar en la oficina de turismo de la Institución. Como se mencionó, el sector turístico es una de las fuentes de ingreso más importantes del país por lo que el proyecto de investigación podría extenderse incluso a demandantes externos y no solo para demandantes internos. También se observó que los días primordiales para la operación turística de la oficina tienen mayor auge en días feriados por lo que se podría implementar una planificación de salidas pedagógicas exclusivas en dichos días.

Factor Político

Según la (Organización Mundial del Turismo, 2016) la OMT, como principal organización Internacional en el ámbito turístico aboga por un turismo que contribuya al crecimiento

económico, comprometiéndose a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo sostenible (ODS).

De tal manera que la (Organización Mundial del Turismo, 2016) fomenta la enseñanza y la formación en materia de turismo y trabaja con el fin de hacer el turismo una herramienta eficaz para el desarrollo turístico.

Ecuador busca que el turismo siga siendo la principal fuente de ingreso siempre y cuando se aproveche de mejor manera el producto turístico, he aquí la propuesta de la creación de la oficina turística con el fin de mejorar las salidas pedagógicas en el instituto ITI para todas las carreras que ofrece el mismo tomando en cuenta el tiempo y el presupuesto de los estudiantes y así aprovechar de mejor manera al Ecuador por ser un país rico en atractivos naturales y culturales.

Factor Socio- Cultural

Los impactos socio- culturales del turismo son consecuencia de las relaciones sociales que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos depende en gran medida de las diferencias socio - culturales entre turistas y residentes y pueden afectar a la multitud de variables entre ellas: formas de vida, sistema de valores, comportamiento individual, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura, tradicional. El desarrollo de la actividad turística permite aumentar la ocupación de la población, empleo turístico para mujeres y jóvenes.

Con la creación de la oficina turística, al realizar los viajes a diferentes áreas del Ecuador facilita el conocimiento de otras culturas, ideas, formas de vida e idiomas. (Entorno turístico, 2018)

Factor Tecnológico

El uso de tecnologías ha evolucionado con el transcurso del tiempo, hoy en día se ha convertido en la mayor revolución que ha experimentado la sociedad. Actualmente las principales tendencias digitales orientadas al mundo del turismo son variadas.

Se han creado programas y software que funcionan como herramientas de gran eficacia para el sector turístico, las cuales almacenan información.

Actualmente, las principales tendencias digitales orientadas al mundo del turismo son variadas. En primer lugar, el conocido i cloud, un sistema de almacenamiento de información en la nube que es fundamental para cualquier negocio y que funciona al igual que el Big Data, que, a pesar de no ser una innovación, hasta hace poco no se ha contado con las herramientas necesarias para su correcto uso. Ambas resultan de gran eficacia para el sector turístico debido a que permite obtener más información de los turistas con el objetivo de saber qué es lo que buscan. La información que almacenan genera conocimiento. Por otro lado, otra tendencia es el uso de la Inteligencia Artificial (IA), mecanismo que se expande cada vez más en el mundo de los negocios. Gracias a ella, se pueden realizar actividades que antes eran impensables. (Paredes, 2018)

También encontramos aplicaciones móviles, visitas virtuales, uso de redes sociales o sistemas de compra on line, ya son los recursos TIC básicos para un turista digital o 2.0.

En la actualidad las nuevas tendencias tecnológicas han permitido hallar patrones de agilidad para procesos de operacionales dentro de las agencias de viaje, operadoras y oficinas de turismo. Existen algunas clases de software para empresas turísticas, se tratan de programas que aportan soluciones para la adecuada gestión de todos los procesos en tour operadoras pequeñas, medianas y grandes.

Estos programas ofrecen gran flexibilidad al momento de armar paquetes turísticos, tours, chárter, reservas de tickets aéreos, reservas en hoteles, renta de autos, etc., también facilitan la gestión de todos los procesos y tareas inherentes a estos negocios como la contratación, facturación y gestión de reservas aéreas. Este factor tecnológico influirá de manera proporcional en este proyecto ya que nos ayudará y agilizará con todos los procesos y gestiones de oficina

Para concluir las tecnologías son de gran ayuda para el turismo ya que nos proporciona y facilita muchas acciones que se pueda realizar hasta internacionalmente, al igual que nos ayuda a tener un mejor control con la administración y función de nuestras empresas. Con ello, tenemos como resultado una industria con un servicio de calidad, rápido, eficaz y llenando todos los requisitos y/o exigencias del cliente.

2.1.2 Análisis del microentorno

Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI

La institución de educación superior de nivel técnico y tecnológico (Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI) comprometida en la formación integral de profesionales emprendedores con amplia conciencia social cultural y ambiental. El ITI, en un ambiente de inclusión y respeto a la diversidad, cuenta con una oferta educativa que responde a los requerimientos de la sociedad, sustentada en un modelo educativo alternativo e innovador, comprometida con el desarrollo de la investigación, e integrada a los procesos tecnológicos del momento con personal calificado y motivado.

Se basan en diversas políticas como son:

- Investigación Evaluación e Innovación
- Evaluación y optimización Administrativa y Financiera
- Vinculación con la sociedad
- Comunicación Integral
- Accionar Institucional Orientado a valores
- Garantizar la libertad de conciencia

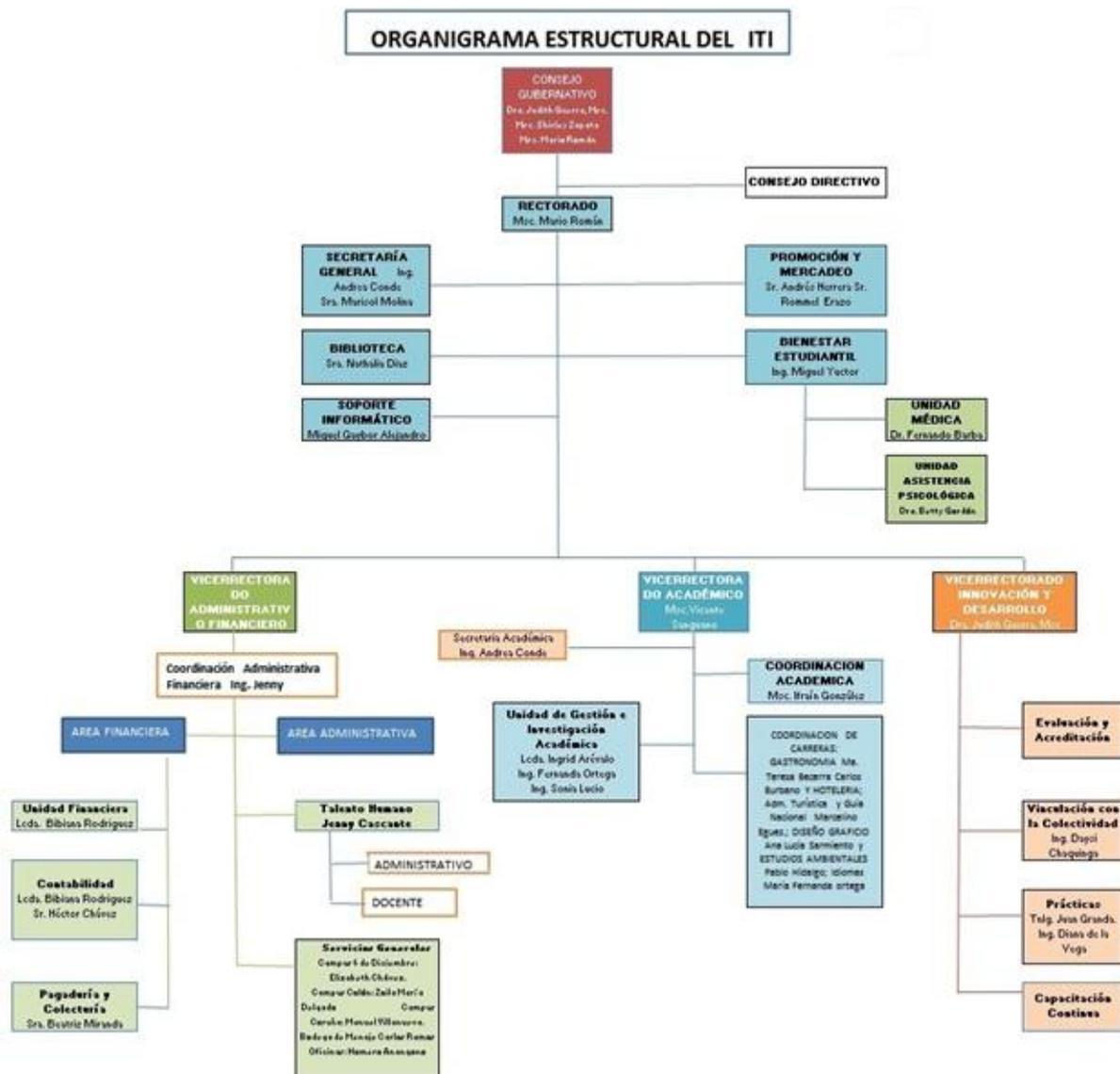


Figura 6. Organigrama del Instituto Superior Tecnológico Internacional

Fuente: Instituto Superior Tecnológico Internacional

La oferta académica de la Institución se la realiza a través de las carreras que tiene aprobadas y en vigencia, bajo las modalidades: presencial, semipresencial, y a distancia.

Tabla No. 4 Carreras y niveles

| CARRERA | MODALIDAD | NIVEL |
|----------------------------|---|---------------------|
| Guía nacional de turismo | Presencial / distancia | Técnico superior |
| Ventas | Distancia | Técnico superior |
| Hotelería | Presencial / distancia | Tecnología Superior |
| Turismo | Presencial / turismo | Tecnología Superior |
| Diseño gráfico | Presencial | Tecnología Superior |
| Redes y telecomunicaciones | Presencial | Tecnología Superior |
| Procesamiento de alimentos | Presencial | Tecnología Superior |
| Desarrollo Ambiental | Presencial | Tecnología Superior |
| Gastronomía | Presencial / semipresencial / distancia | Tecnología Superior |
| Administración | Distancia | Tecnología Superior |
| Contabilidad | Distancia | Tecnología Superior |
| Marketing | Distancia | Tecnología Superior |

La oferta se la distribuye en las tres sedes que mantiene la Institución y que corresponden a: Campus 6 de diciembre, Campus Colón y Campus Coruña.

Durante el año 2015 la Institución recibió un total de 1403 matrículas en todas las carreras ofertadas y en todos los niveles, representando un ligero decrecimiento en el orden del 0.7% con respecto al año inmediatamente anterior, situación que responde sin lugar a duda a la difícil situación económica que se empieza a sentir en el país.

El Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI cuenta con un reglamento de becas vigente, que determina la posibilidad de otorgar varios tipos de becas y ayudas arancelarias a los estudiantes, generándose: becas de carácter académico que se otorga semestralmente a los estudiantes con alto rendimiento académico; beca socio económica que se constituye en una subvención económica temporal que se entrega discrecionalmente a estudiantes pertenecientes a grupos de atención prioritaria; becas por discapacidad que permite apoyar a estudiantes y

postulantes que mantienen algún nivel de discapacidad y que su condición les permite seguir alguna de las carreras que el ITI oferta; becas para deportistas que privilegia dicha condición en los estudiantes; becas otorgadas al Sistema Nacional de Admisiones SNNA; y, otras de carácter institucional que el Tecnológico entrega por diferentes conceptos y a las que también se les denomina ayudas arancelarias.

Carreras que oferta la institución

Para el presente proyecto de titulación, las carreras que se tomarán en cuenta son aquellas de modalidad presencial que ofertó cursos para el periodo 2018 – 2018 y se presentarán con la denominación que poseían para ese instante. Esta información forma parte de la página web oficial de la institución.

Administración de empresas turísticas

Formar profesionales a nivel tecnológico en Administración de Empresas Turísticas, con una sólida formación integral basada en el valor humano y fundamento social, práctico en la operación técnica y manejo administrativo que generan soluciones para ejecutar con solvencia las actividades que demanda el turismo a nivel nacional. El campo ocupacional en donde se pueden desempeñar es:

- Gerente de su propia microempresa
- Asesor de empresas de servicios turísticos
- Administrador de áreas de servicios turísticos en Hoteles, Complejos, Camping, Resorts.

- Operadores de Agencias de Viajes, Líneas Aéreas, Aeropuertos.
- Asesores en Oficinas de Congresos y Convenciones.
- Docencia en instituciones de educación.
- Departamento de turismo en los municipios.
- Empresas de transporte turístico.
- Centros de investigación Turísticos.

Guía Nacional de Turismo

Domina las técnicas para realizar trabajos de Guianza a él asignados con responsabilidad utilizando técnicas adecuadas. Maneja los escenarios turísticos del país reconociendo con solvencia las diferentes rutas turísticas. El campo ocupacional en donde se pueden desempeñar es:

- El profesional guía podrá desempeñarse en los siguientes campos de acción:
- Operador en Empresas de servicios turísticos.
- Guías de Instituciones y Organismos gubernamentales del sector turístico.
- Guías operadores en Hoteles, Complejos turísticos, Museos, Agencias de Viajes y Operadoras de Turismo.

Administración Hotelera

Está capacitado para organizar, administrar, controlar y coordinar los sectores operativos de los departamentos de un hotel. Posee habilidades de expresión oral y escrita en el idioma inglés que le permiten comunicarse.

Gastronomía

Domina técnicas de manipulación, almacenamiento y procesamiento de alimentos, cuidando las normas de asepsia y seguridad alimentaria. Posee conocimientos y maneja técnicas de cocción para la preparación de platos de la más alta calidad.

Estudios Ambientales

Tiene la capacidad de diseñar, ejecutar y evaluar proyectos ambientales, con liderazgo y responsabilidad. Domina las técnicas necesarias para proponer y aplicar medidas de mitigación en actividades productivas. El campo ocupacional en donde se pueden desempeñar es:

- Coordina el diseño, la ejecución y evaluación de proyectos ambientales.
- Consultor Ambiental.
- Instructor Ambiental.
- Coordinador de unidades de Gestión Ambiental gubernamental e industrial.
- Administrador de su propia empresa de Servicios Ambientales.

Diseño Gráfico

Está en la capacidad de diseñar, ejecutar y evaluar proyectos gráficos e industriales. Domina las técnicas y fundamentos del diseño gráfico industrial. Plantea estrategias de comunicación

visual, mediante un estudio adecuado de diseño gráfico - industrial, tanto para instituciones públicas como privadas. El campo ocupacional en donde se pueden desempeñar es:

- Asistente en departamentos de comunicación en organizaciones Gubernamentales y no Gubernamentales.
- Diseñador en medios de comunicación, empresas publicitarias, industria gráfica.
- Diseñador en Empresas editoriales, industriales
- Diseñador gráfico industrial para empresas privadas y públicas

Proveedores

Para la debida contratación de cada uno de los proveedores se tomará en cuenta algunos factores los cuales son necesarios para la correcta operación de los servicios turísticos, los cuales serán brindados a los estudiantes del instituto, a saber:

Alimentación

Cada proveedor deberá contar con los debidos permisos de funcionamiento, reflejando en sus instalaciones salubridad y confort, así como un ambiente adecuado para la realización de actividades dentro y fuera de las instalaciones.

Alojamiento

Alojamientos categorizados y que estén en perfecto funcionamiento todos los servicios básicos además deben contar con un lugar de esparcimiento tomando en cuenta que los sitios que brindan alojamiento cada vez deben ir innovando para que el turista se sienta cómodo y satisfecho y así de una u otra manera el cliente se lleve una buena imagen del establecimiento donde se hospedó. Sin embargo, deben acogerse al reglamento del Ministerio de Turismo para que de este modo cumplan cada uno de los requisitos establecidos.

Guías

Para llevar a cabo cualquier actividad turística deben ser guías especializados en cada rama del turismo y tener la licencia de guía y por lo menos hablar 2 idiomas, así como también interactuar con los estudiantes.

Transporte

Todo transporte debe tener sus certificados autorizados y al día, ya que todas las actividades de desplazamiento de personas de su lugar de confort se lo deben realizar en margen a la ley, brindando la seguridad del pasajero, para la contratación del servicio se solicitará vehículos que no sobrepasen los 10 años de vida, garantizando de esta manera la seguridad tanto de los estudiantes cómo del personal contratado.

Proveedores de suvenires

Estos proveedores brindaran para cada una de las salidas diferentes recuerdos, los cuales serán enviados una semana antes de cada salida, el proveedor deberá ser personal calificado y

cumpla con las exigencias del mercado con trabajo de calidad orientado a las solicitudes de cada uno de los contratos realizados, así como también debe poseer un Registro Único de Contribuyentes.

Clientes

El Instituto Superior Tecnológico Internacional a través de la oficina de turismo, tendrá como principales clientes a los estudiantes de todas las carreras ofertadas por la institución, de esta manera cada uno de ellos podrán acceder a salidas pedagógicas organizadas de una manera técnica, así como a un club de turismo en donde podrán realizar actividades relacionadas con el ámbito turístico.

A futuro la oficina de turismo se plantea como meta aumentar el rango de clientes, y no solo poder brindar el servicio a los estudiantes del ITI; sino que también, a estudiantes de otras universidades y colegios aumentando así el radio de impacto que pretende alcanzar la oficina de turismo de la institución.

Canales de distribución

La oficina de turismo del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI comercializará sus productos de manera directa, sin intermediarios, por el cual se hará a través de la misma oficina de turismo hacia los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI. Se espera en un futuro comercializar productos turísticos de manera extendida de forma indirecta hacia un nicho de mercado más extenso que no solo sean estudiantes del ITI.

2.2 Investigación de mercado

2.2.1 Herramientas para la recopilación de la investigación

El instrumento de recolección de datos utilizado en el presente proyecto fue la encuesta.

Encuestas

Esta consta de doce preguntas cerradas a través de las cuales se obtendrá información sobre la opinión de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI sobre cómo se han venido llevando las salidas pedagógicas de la institución (Anexo1).

2.3 Universo y muestra

Se toma como universo el total de la población de estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional “ITI”, con un total de 149 encuestas a realizar en un universo de 562 estudiantes. Este método se ha realizado con un error de muestra del 5%, con la precisión del 3%, una constante de nivel de confianza del 95% y una población de 562 alumnos

Muestra probabilística simple

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

q= a 1-p (en este caso 1 – 0.05= 0.95)

d= precisión (en su investigación use un 3%)

N= Total de la población

Z²= 1.96 al cuadrado (si la seguridad es del 95%)

P= proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)

$$n = \frac{562 \times 1.96 \times 0.05 \times 0.95}{(0.03^2)(562 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$=$$

$$n = \frac{102.51}{0.0009 \times 561 + 3.84 + 0.08}$$

$$n = \frac{102.51}{0.504 + 0.184} =$$

$$n = \frac{102.51}{0,69} = 148.56$$

$$n = 149$$

2.4 Presentación de resultados

2.4.1 Análisis e interpretación de datos

Tabulación de las encuestas

1. Carrera que cursa

Tabla No. 5 Carreras que cursan los estudiantes

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------------------------|------------|---------------|
| Administración de Empresas Turísticas | 22 | 14,77 |
| Gastronomía | 41 | 27,52 |
| Guía Nacional de Turismo | 45 | 30,20 |
| Administración Hotelera | 9 | 6,04 |
| Diseño Gráfico | 27 | 18,12 |
| Estudios Ambientales | 5 | 3,36 |
| TOTAL | 149 | 100,00 |

Nota: Tabulación pregunta 1 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

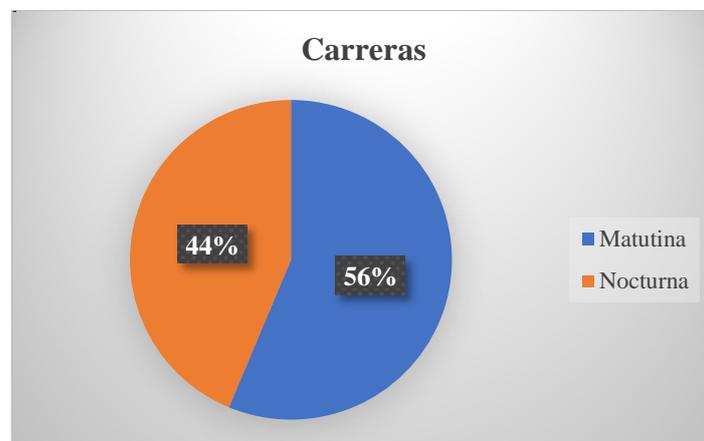


Figura 7. Encuestados por carrera

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Se tomó como base una muestra de 149 encuestas desarrolladas, donde se registró que del total de encuestados los correspondientes al mayor porcentaje con un 30.20% son estudiantes de la carrera de Guía Nacional de Turismo, seguido de estudiantes de Gastronomía con un 27.52% y en último lugar a los estudiantes de Estudios Ambientales con solo un 3.36%. Esto denota que las carreras hospitalarias son las que poseen un mayor número de estudiantes, sin embargo, todos mostraron interés por la implementación de una oficina de turismo.

2. Jornada de estudio

Tabla No. 6 Jornada de estudio

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Matutina | 85 | 57,05 |
| Nocturna | 66 | 44,30 |
| TOTAL | 151 | 101,34 |

Nota: Tabulación pregunta 2 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

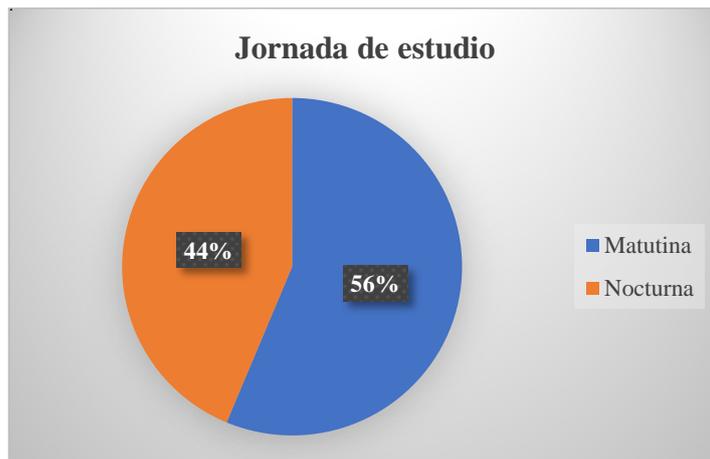


Figura 8. Jornada de estudio de los encuestados.

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Del universo encuestado se identifica con un 56% que existe un mayor número de alumnos en la jornada matutina. Sin embargo, como puede observarse en la Tabla No. 2, El porcentaje

total varía por un 1,34% esto se debe a que hay estudiantes que toman sus materias tanto en la mañana como en la noche. Al mismo tiempo al existir menos estudiantes en la noche, se debe considerar como un factor para sus salidas pedagógica el hecho de que tendrían que ser unidos con otros cursos de la noche o inclusive de la mañana para de esta manera abaratar los costos.

3. Ocupación

Tabla No. 7 Ocupación de los encuestados

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|------------------|------------|-------------|
| Estudiante | 107 | 72% |
| Empleado público | 8 | 5% |
| Empleado privado | 23 | 16% |
| Negocio Propio | 11 | 7% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Nota: Tabulación pregunta 3 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

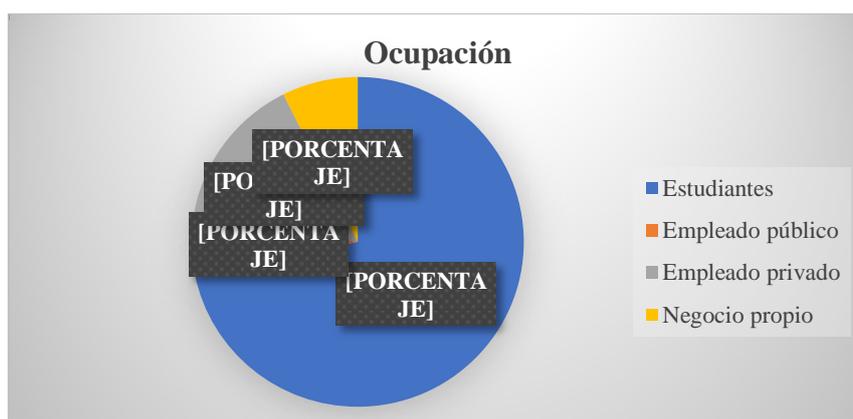


Figura 9. Ocupación de los encuestados

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Según el gráfico estadístico se puede apreciar que la mayoría de las personas del Instituto Superior Tecnológico Internacional son solo estudiantes que no se encuentran trabajando

actualmente y es el nicho de mercado más grande según las personas encuestadas con un total del 72%. El segundo grupo de personas que destacan son los empleados privados con un 16%, y los empleados públicos con un total de 5%. Cabe resaltar que también se encuentra estudiantes con negocio propio, los cuales destacan con un 7%, inclusive siendo un poco más que los empleados públicos. Se puede analizar que más del 30% tiene ingresos propios, los cuales no tendrían problemas a la hora de realizar una salida pedagógica cuyo coste sea un poco elevado, algo que podría complicarse un poco para las personas que solo se dedican a estudiar.

4. ¿Cuántas salidas pedagógicas realiza semestralmente?

Tabla No.8 Salidas pedagógicas que se realiza semestralmente.

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|-------------|
| Ninguna | 57 | 38,78% |
| Una | 38 | 25,85% |
| Dos | 23 | 15,65% |
| Tres o más | 29 | 19,73% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Nota: Tabulación pregunta 4 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

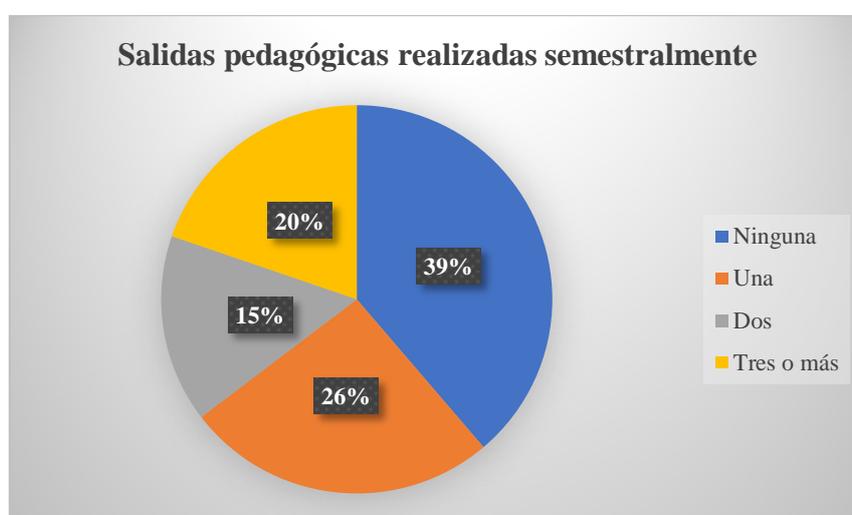


Figura 10. Salidas pedagógicas semestrales

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Como se puede observar en el gráfico, la respuesta de ninguna salida predomina con el 39% de las respuestas. Seguido por tres salidas o más con un 20% y finalmente el 20% de estudiantes mencionó que han realizada solo una salida en el semestre. En la mayoría de respuestas sobresale que no se realizan salidas pedagógicas y se puede delimitar que eso pasa más en las carreras nocturnas, sin embargo en horarios matutinos se puede analizar que si realizan más de 3 salidas pedagógicas semestralmente, por lo que ese es otro punto importante para la creación de la oficina de turismo de la institución.

5. ¿Qué presupuesto estimaría correcto para una salida pedagógica de un día?

Tabla No.9. Presupuesto para las salidas pedagógicas

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---------------------|------------|-------------|
| \$20.00 - \$30.00 | 83 | 55% |
| \$31.00 - \$40.00 | 39 | 26% |
| \$41.00 - \$50.00 | 18 | 12% |
| \$51.00 en adelante | 9 | 6% |
| Sin respuesta | 1 | 1% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Nota: Tabulación pregunta 5 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

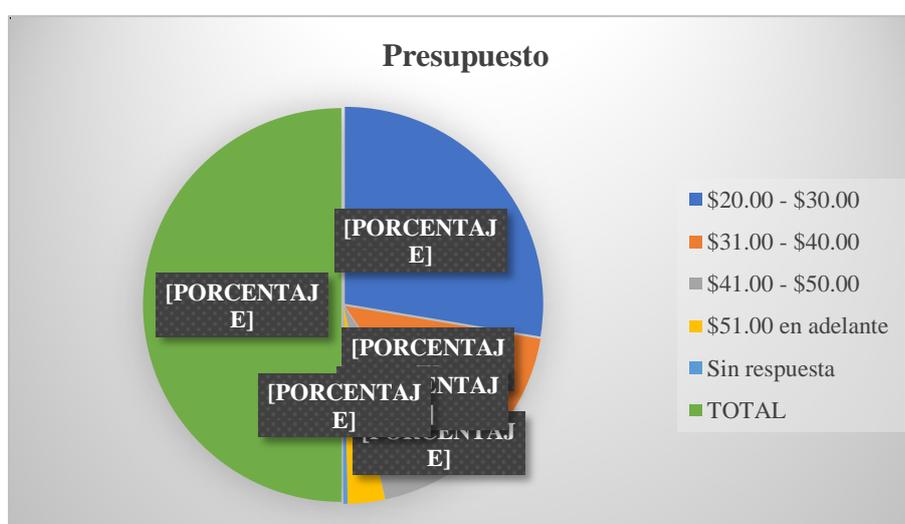


Figura 11. Presupuesto para salidas.

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Según el gráfico estadístico se puede apreciar que el 55% de los estudiantes encuestados estiman el valor desde \$20.00 a \$30.00 para las salidas pedagógicas mientras que el 1% de los estudiantes dejaron en blanco la pregunta, de esta manera se puede apreciar que la mayoría de los estudiantes se encuentran de acuerdo en cancelar por un día de salida pedagógica económica, viendo esto la situación estudiantil ya que la mayoría no trabaja y no poseen en su presupuesto valores más altos.

6. ¿Considera que las salidas pedagógicas que ha experimentado son?

Tabla No.10 Evaluación de las salidas pedagógicas

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|----------------------------------|------------|-------------|
| Malas | 15 | 10% |
| Regulares | 54 | 36% |
| Buenas | 65 | 43.33% |
| Sin respuesta | 15 | 10% |
| No ha tenido salidas pedagógicas | 1 | 0.66% |
| TOTAL | 149 | 100% |

Nota: Tabulación pregunta 6 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

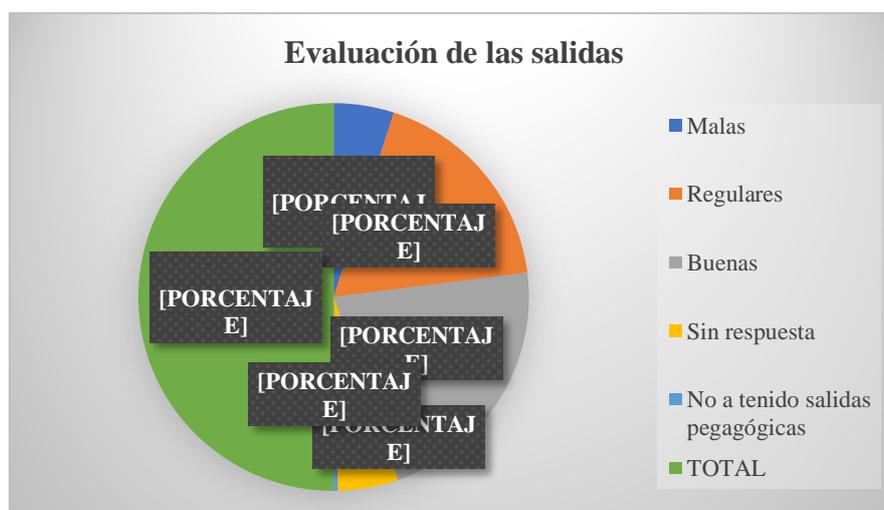


Figura 12. Evaluación de las salidas pedagógicas

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Como se puede observar el gráfico estadístico con un 43.33% de estudiantes sienten que las salidas pedagógicas son buenas y el 36% estiman que son regulares, mientras que el 10% de los estudiantes creen que son malas, aquí se puede detectar que la mayoría realiza las salidas pedagógicas no por su propio impulso más sin embargo lo realizan para conseguir una nota, y esto es lo que se debe cambiar, para que los alumnos sean quienes incentiven a la institución a realizar las salidas pedagógicas.

7. ¿Cree usted que sería necesario implementar una oficina de turismo de la institución que se encargue de la planificación técnica de las salidas pedagógicas?

Tabla No.11 Creación de una oficina

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Si | 133 | 89 |
| No | 16 | 11 |
| TOTAL | 149 | 100 |

Nota: Tabulación pregunta 7 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.



Figura 13. Creación de la oficina de turismo
Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.
Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Los datos del cuadro demuestran de un total de 149 estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional, 89% corresponde a 133 personas creen que sería necesario implementar una oficina de turismo que se encargue de la planificación técnica de las salidas pedagógicas y el 11% que corresponde a 16 personas que no creen que sería necesario. Esta pregunta es una clara muestra de la situación actual del instituto frente a la necesidad de la implementar una oficina de turismo y el alto número de estudiantes que demuestran la necesidad de una planificación técnica para las salidas pedagógicas, hacen de gran importancia la creación de la oficina de turismo.

8. ¿Estaría de acuerdo en que las salidas pedagógicas sean compartidas entre cursos o entre carreras?

Tabla No.12 Salidas compartidas entre carreras

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| SI | 107 | 72 |
| NO | 42 | 28 |
| TOTAL | 149 | 100 |

Nota: Tabulación pregunta 8 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.



Figura 14. Salidas compartidas entre carreras

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Con un total de 149 estudiantes encuestados un 72% está de acuerdo con salidas pedagógicas compartidas entre cursos o carreras y el 28% no está de acuerdo.

En esta pregunta las cifras fueron favorables, la mayoría de estudiantes están de acuerdo en que las salidas pedagógicas sean compartidas. Seguramente los estudiantes tienen la certeza de un mejor aprendizaje con las salidas compartidas.

9. ¿Participaría usted en salidas extra curriculares (campamentos, recorridos por la ciudad, visita de atractivos turísticos a nivel nacional) organizadas por la oficina de turismo del instituto?

Tabla No.13 Participación extracurricular

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Si | 125 | 84 |
| No | 24 | 16 |
| TOTAL | 149 | 100 |

Nota: Tabulación pregunta 9 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.



Figura 15. Participación extracurricular.

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Del total de estudiantes encuestados el 84% si participaría en salidas extra curriculares organizadas por la oficina de turismo, mientras que un 16% no lo haría.

En base a datos proporcionados por la tabla, existe un gran interés por parte del estudiante en participar de salidas extra curriculares, lo que indica una ventaja para la creación de la oficina de turismo.

10. ¿Piensa usted que los docentes responsables de las salidas pedagógicas están capacitados para planificarlas y ejecutarlas?

Tabla No.14 Capacitación de los docentes

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Si | 114 | 77 |
| No | 35 | 23 |
| TOTAL | 149 | 100 |

Nota: Tabulación pregunta 10 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

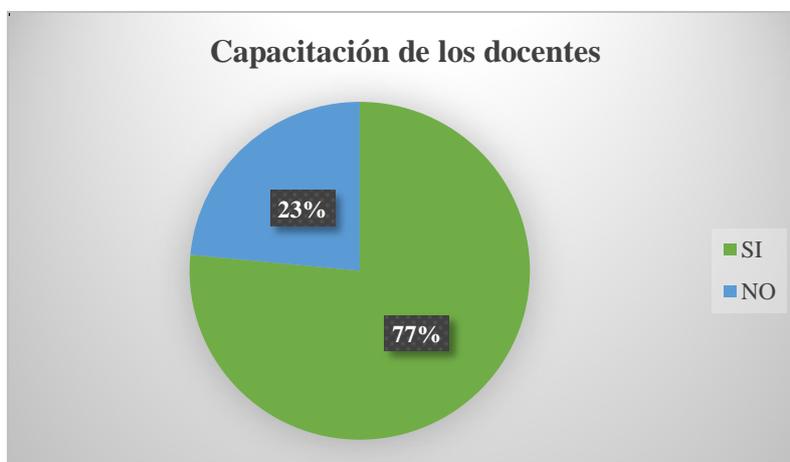


Figura 16. Capacitación de los docentes

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Del total de estudiantes encuestados el 77%, piensa que los docentes si están capacitados para planificar las salidas pedagógicas y a la vez ejecutarlas y el 23% piensa que no.

Con los resultados obtenidos se puede determinar que los docentes están en la capacidad de planificar y ejecutar salidas, pero si9nembargo existe un porcentaje que no lo determina así, por lo cual sería necesario una herramienta de apoyo para las planificaciones lo que convendría la creación de la oficina de turismo.

11. ¿Le gustaría formar parte de un club que realice actividades como deportes extremos, charlas, participación en eventos, actividades culinarias en territorio, fotografía especializada entre otras actividades turísticas?

Tabla No.15 Club de actividades

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Si | 125 | 84 |
| No | 24 | 16 |
| TOTAL | 149 | 100 |

Nota: Tabulación pregunta 11 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.



Figura 17. Club de actividades

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

De una muestra de 149 encuestas desarrolladas en el Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, se registró que el 84% del total de encuestados les gustaría formar parte de un club de actividades como deportes extremos, charlas, participación en eventos, actividades culinarias en territorio, fotografía especializada entre otras actividades turísticas y un 16% no les gustaría participar en las actividades. Esto demuestra que la mayoría de los estudiantes están interesados en las salidas pedagógicas y por ende muestran interés por la implementación de una oficina de turismo.

12. ¿A través de que redes sociales les gustaría recibir información sobre los productos de la oficina de turismo?

Tabla No.16 Redes sociales

| RESPUESTA | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|--------------|------------|------------|
| Facebook | 128 | 54 |
| Instagram | 55 | 23 |
| Twitter | 16 | 23 |
| TOTAL | 199 | 100 |

Nota: Tabulación pregunta 12 encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril - septiembre 2018.

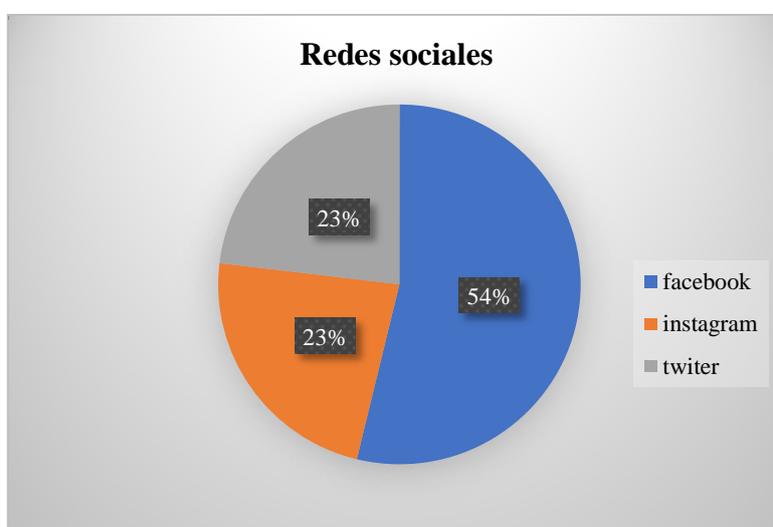


Figura 18. Redes sociales

Fuente: Encuesta aplicada en el ITI en el periodo abril – septiembre 2018.

Elaborado por: El autor

Análisis e interpretación

Del total de encuestados se muestra que un 54% le gustaría recibir información sobre los productos de la oficina turística a través del Facebook. Sin embargo el 23% opta por Instagram y de igual manera un 23% desea recibir la información por medio de twitter. Esto quiere decir que la mejor forma de promocionar la oficina turística es a través del Facebook ya que hoy en día es la red social más usada por los estudiantes, y de esta manera se lograra que todos estén informados.

2.4.2 Análisis FODA

OPORTUNIDADES:

- Diversidad de atractivos por región.
- Políticas que promueven el emprendimiento y el crecimiento turístico.
- Crecimiento de la rentabilidad económica anual del turismo en un 5%.
- Mejoras en la infraestructura del servicio al turista.
- Con la innovación tecnológica existe la posibilidad de ofertar una gran gama de productos turísticos de forma virtual.
- Nuevas tendencias de mercado turístico.
- Tipo de sector de turistas en auge.
- Cambio sobre usos y costumbres del turista.

AMENAZAS:

- Mercado pequeño y producto poco conocido
- Escasas empresas ofertantes de productos turísticos para estudiantes.
- Elevado grado de competencia entre zonas turísticas
- Inseguridad, delincuencia común, ruido y accidentes en carreteras.
- Creciente deterioro y/o pérdida de algunas estructuras urbanas, arqueológicas patrimoniales y recursos naturales.
- Crisis económica
- Destinos Turísticos desconocidos y con limitada oferta al mercado.

FORTALEZAS

- Planificaciones técnicas de salidas pedagógicas.
- Segmento de mercado y nicho definido.
- Contamos con un grupo de estudiantes especializado en la planificación y diseño de productos turísticos.
- Proveedores de prestigio y experimentados
- Eficiencia en el servicio.
- Tecnología de comunicación adecuada.
- Alta calidad de coordinación y organización para la contratación de proveedores.
- Precios accesibles para los estudiantes.
- Rutas e Itinerarios técnicamente elaborados.

DEBILIDADES

- Ser una oficina nueva en etapa de introducción.
- Ausencia de canales de comercialización que adecuen la oferta y la demanda de la oficina de turismo hacia la población.
- Menor flexibilidad que una empresa turística privada para competir en el mercado.
- Débil capacidad y coordinación de gestión turística.
- Existe una escasa credibilidad por parte de los estudiantes.
- Carencia de planificación y creación de otros destinos para las salidas pedagógicas.
- El no contar con la experiencia debida, restara puntos de prestigio.

2.4.3 Conclusión del diagnóstico

A partir de los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a los estudiantes de las diferentes carreras del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, se puede observar la importancia de la creación de la oficina de turismo de la institución, la cual va a ser de gran ayuda para la planificación y organización de salidas pedagógicas para los mismos, ya que estos consideran que se realizan pocas salidas de campo, que se requiere de una mayor organización, fomento a las actividades turísticas entre otras cosas. Por lo que se confirma que la creación de la oficina de turismo va a conseguir que exista un alto grado de interés para la planificación de salidas pedagógicas donde se incluya la planificación, ayuda a los docentes, facilitar el proceso burocrático y flexibilizar el trámite de salidas para la institución.

CAPÍTULO III: FORMULACIÓN DE LA PROPUESTA

3.1 Datos oficina de Turismo del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI

3.1.1 Descripción empresarial

Esta será una oficina de turismo que se encargará de la planificación técnica de las salidas pedagógicas dirigidas a los estudiantes a través de la aplicación de procesos técnicos.

3.1.2 Ubicación

La oficina de turismo estará ubicada en la ciudad de Quito en la siguiente dirección Av. 6 de diciembre y Av. Colón, Campus N. II de Turismo del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI.

3.2 Filosofía administrativa

3.2.1 Misión

Ser una oficina de turismo enfocada a proporcionar a los estudiantes y docentes del Instituto Superior Tecnológico Internacional el servicio de planificación y ejecución de salidas de campo organizadas, con un servicio turístico integral, optimizando tiempo, así como recursos para satisfacer las necesidades de los estudiantes.

3.2.2 Visión 2021

Llegar a ser una oficina de turismo institucional reconocida por la eficiencia en la aplicación de sus procesos, ampliando su nicho de mercado a otras instituciones educativas.

3.3 Objetivos Organizacionales

3.3.1 Objetivos a corto plazo (cuatro meses)

Posicionar a la oficina de turismo a través de la realización de 2 salidas por carrera en el requerimiento de cada módulo de estudio.

3.3.2 Objetivos a mediano plazo (ocho meses)

Crear un club de turismo que se encargue de organizar y planificar actividades dirigidas a los estudiantes del instituto ITI y a la vez facilitar capacitaciones, conferencias, talleres, e información.

3.3.3 Objetivos a largo plazo (un año)

Enfocarse en la promoción y la potencialización de todos los servicios turísticos que ofrece la oficina de turismo hacia otras instituciones educativas, lo que garantizará la apertura y continuidad en el campo del mercado turístico.

3.4 Políticas y reglamentos

3.4.1 Disposiciones Generales

Art.1.- Las Disposiciones expuestas en este Reglamento serán aplicadas en todos los ámbitos, a través de la Coordinación de la oficina de turismo.

Art.2.- El presente Reglamento tiene por objeto establecer las disposiciones que deberán observar las personas físicas o morales que proporcionen los servicios turísticos.

Art.3.- La oficina de turismo es la única y exclusiva entidad intermediaria entre los estudiantes y proveedores que intervienen en brindar los servicios incluidos en el mismo, como son: museos, hoteles, restaurantes, transportación terrestre, etc. no se hace responsable por daños causados al usuario de este servicio, tales como accidentes, robos, así como cualquier daño, perjuicio o incidente que se le ocasionare por no acatar las disposiciones dadas.

Art.4.- El estudiante deberá expresamente acatar los reglamentos y condiciones establecidas por los prestadores de servicios contratados, eximiendo a la oficina de turismo de cualquier responsabilidad derivada de su incumplimiento.

Art.5.- Los proveedores participantes de la prestación de servicios y la oficina de turismo se responsabilizan en forma independiente cada una de ellas, y esta última solo intervendrá como

intermediaria para gestionar el reembolso del importe que haya pagado o anticipado el usuario.

Art.6.- Cualquier servicio no utilizado voluntariamente no dará derecho a reclamación o reembolso alguno.

Art.7.- Si por causas de fuerza mayor o casos fortuitos, los prestadores de los servicios contratados no pudieran proporcionarlos parcial o totalmente, la empresa organizadora sólo gestionará por cuenta del usuario el reembolso del importe que proceda con exclusión de cualquier otro compromiso.

Art.8.- Cuando la oficina de turismo sea quién cancele, un Viaje o salida de cualquier naturaleza, por causas ajenas al estudiante, estará obligada a reembolsarle la totalidad de los anticipos o pagos que haya efectuado.

Art.9.- El hecho de que el estudiante entregue un anticipo y/o el pago por la salida pedagógica, implica su aceptación de las condiciones y responsabilidades contenidas en esta publicación.

Art.10.- La oficina de turismo tendrá el derecho para cancelar cualquier salida si así lo cree conveniente por causas ajenas a la oficina de turismo, y se compromete a rembolsar los anticipos o el pago total.

Art.11.- El estudiante deberá estar quince minutos antes de hora de salida en el sitio establecido por la oficina de turismo.

Art.12.- En caso de que el estudiante no se encuentre a la hora de partida establecida por la Institución, deberá ir o alcanzar con sus propios medios.

Art.13.- Las entradas a los museos y sitios arqueológicos deberán ser invariablemente a la hora de llegada de los estudiantes a su destino.

3.4.2 De las Atribuciones del Coordinador de la oficina de Turismo

Art.14.- El coordinador de la oficina de turismo, para el ejercicio de sus atribuciones, realizará un trabajo conjunto con: el director del área de Administración y Marketing, jefe de departamento de proveedores y costos, Directores de Diseño, Planificación y Producción y Tesorería, así como por el personal técnico que las necesidades del servicio requieran y figuren en el presupuesto.

3.4.3 El Coordinador de la Oficina Turismo tendrá las siguientes atribuciones genéricas:

Art.15.- Programar, dirigir y evaluar el desempeño de las labores encomendadas a las áreas que integren el organigrama de la oficina;

Art.16.- Acordar con su superior inmediato la resolución de los asuntos relevantes cuya tramitación corresponda al área de su competencia;

Art.17.- Elaborar los dictámenes, opiniones, estudios e informes que les sean solicitados por la superioridad;

Art.18.- Aprobar, coordinar y controlar el ejercicio de su presupuesto autorizado, conforme a la normatividad de las salidas pedagógicas.

3.4.4 Del Ámbito Específico de Competencia del director del departamento de Administración y marketing

Art.19.- Planear, programar e instrumentar la administración de recursos de la oficina.

Art.20.- Instrumentar las actividades relacionadas con la programación que permitan a la oficina cumplir con el ejercicio correcto y oportuno del presupuesto.

Art.21.- Formular y desarrollar los programas de información, difusión y promoción de los productos que oferta la oficina.

Art.22.- Coordinar las acciones de edición e impresión de la publicidad de la oficina.

3.4.5 Del Ámbito Específico de Competencia del director del Área de Proveedores y Costos

Art.23.- Proponer y evaluar a los Servidores Turísticos y a los prestadores de servicios.

Art.24.- Cotizar, programar y organizar las prestaciones de servicio de los proveedores, administrando de acuerdo con el número de estudiantes y sus respectivas regalías, así como los servicios generales necesarios para el funcionamiento de la oficina de turismo.

Art.25.- Manejar una base de datos en la cual tenga todos los registros de los distintos prestadores de servicio turísticos.

Art.26.- Coordinar con el área de Tesorería para el desembolso del 50% en la contratación de los proveedores.

3.4.6 Del departamento de Diseño, Planificación y Producción de Paquetes Turísticos

Art.27.- El departamento de Diseño, Planificación y Producción de Paquetes Turísticos tiene como función la planeación, diseño e implementación de paquetes, destinos y rutas turísticas.

Art.28.- E departamento de Diseño, Planificación y Producción de Paquetes Turísticos, cuenta con las siguientes atribuciones:

- a) Instrumentar el proceso de planeación del desarrollo turístico, mediante la integración, revisión, validación, ejecución y seguimiento de programación de nuevas rutas.
- b) Diseñar productos y rutas turísticas que contribuyan a diversificar la oferta turística de los estudiantes y carreras.
- c) Evaluar la infraestructura y el equipamiento que tienen los diversos destinos turísticos a programarse para las salidas.

3.4.7 De la competencia del Área de Tesorería.

Art.29.- Será responsable directo del manejo de dinero, cobro a estudiantes y pago a proveedores.

3.4.8 Medidas Disciplinarias

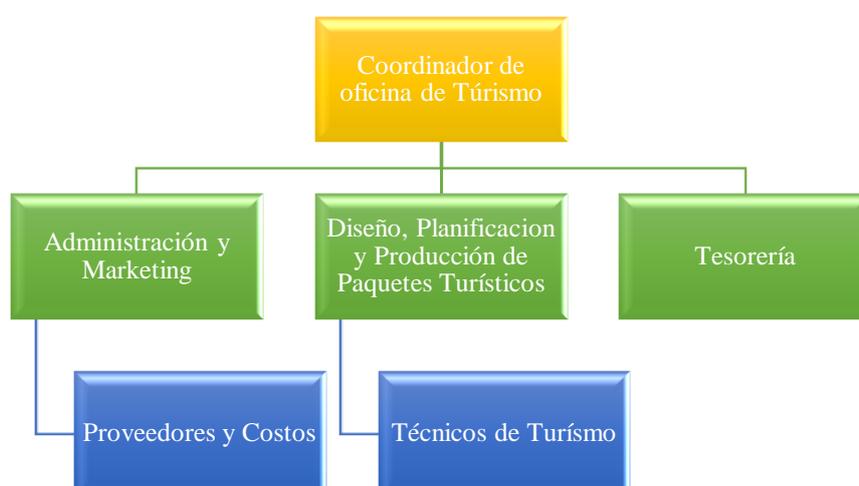
Art.30.- Las medidas disciplinarias tienen por finalidad brindar al integrante de la oficina de turismo la oportunidad de corregir su conducta y/o rendimiento participativo.

Art.31.- Las sanciones disciplinarias serán determinadas con criterio de justicia y sin discriminación y se aplicarán en forma proporcional a la naturaleza y gravedad de la falta cometida, así como a la reiteración o reincidencia de la falta y a los antecedentes laborales y disciplinarios del integrante. La falta será tanto más grave cuando más elevado sea la jerarquía o nivel del integrante que la ha cometido.

Art.32.- El incumplimiento a las labores designadas será sancionado con la reducción de 100 horas de sus respectivas prácticas.

Art.33.- El integrante tiene la obligación de informar con anticipación y explicar los motivos por el cual no va a desempeñar sus labores designadas.

3.5 Estructura organizacional



oficina de turismo del ITI

Elaboración: Autores

Figura 19. Estructura organizacional de la

3.6 Fichas de cargo

Tabla No. 17. Ficha de cargo Coordinación de oficina de turismo

| Cargo: Coordinación de la oficina de turismo | | Código:001 |
|--|---|------------|
| Reporta a: | Coordinador de carrera | |
| Perfil: | Estudiante que cursa sexto nivel de la carrera de Administración Turística | |
| Funciones: | Programar, dirigir y evaluar el desempeño de las labores encomendadas a las áreas que integren el organigrama de la oficina; Acordar con su superior inmediato la resolución de los asuntos relevantes cuya tramitación corresponda al área de su competencia; Elaborar los dictámenes, opiniones, estudios e informes que les sean | |

| | |
|--|--|
| | solicitados por la superioridad; Aprobar, coordinar y controlar el ejercicio de su presupuesto autorizado, conforme a la normatividad de las salidas pedagógicas. |
|--|--|

Tabla No. 18. Ficha de cargo administración y marketing

| Cargo: Administración y de Marketing | | Código:002 |
|---|---|-------------------|
| Reporta a: | Coordinación de la oficina de Turismo | |
| Perfil: | Estudiante que cursa sexto nivel de la carrera de Administración Turística | |
| Funciones: | <p>Planear, programar e instrumentar la administración de recursos de la oficina.</p> <p>Instrumentar las actividades relacionadas con la programación que permitan a la oficina cumplir con el ejercicio correcto y oportuno de los presupuestos.</p> <p>Formular y desarrollar los programas de información, difusión y promoción de los productos que oferta la oficina.</p> <p>Coordinar las acciones de edición e impresión de la publicidad la oficina.</p> | |

Tabla N. 19. Ficha de cargo Técnicos de Turismo

| Cargo: Técnicos de turismo | | Código:003 |
|-----------------------------------|---|-------------------|
| Reporta a: | Departamento Administrativo y de Marketing | |
| Perfil: | Estudiante que cursa sexto nivel de la carrera de Administración Turística | |
| Funciones: | <p>La Dirección de Diseño, Planificación y Producción de Paquetes Turísticos tiene como función la planeación, diseño e implementación de paquetes, destinos y rutas turísticas.</p> <p>la Dirección de Diseño, Planificación y Producción de Paquetes Turísticos, cuenta con las siguientes atribuciones:</p> <p>Instrumentar el proceso de planeación del desarrollo turístico, mediante la integración, revisión, validación, ejecución y seguimiento de programación de nuevas rutas.</p> <p>Diseñar productos y rutas turísticas que contribuyan a diversificar la oferta turística de los estudiantes y carreras.</p> <p>Evaluar la infraestructura y el equipamiento que tienen los diversos destinos turísticos a programarse para las salidas.</p> | |

Tabla No. 20. Ficha de cargo Tesorería

| Cargo: tesorería | | Código: 004 |
|-------------------------|---|--------------------|
| Reporta a: | Administrativo y coordinación de la oficina | |
| Perfil: | Estudiante que cursa sexto nivel de la carrera de Administración Turística | |
| Funciones: | <p>Será responsable directo del manejo del dinero, cobro a estudiantes y pago a proveedores.</p> <p>Presentar un informe económico al final de cada salida o actividad programada</p> | |

Tabla No. 21. Ficha de cargo Proveedores y Costos

| Cargo: Proveedores y Costos | | Código 0005 |
|-----------------------------|--|-------------|
| Reporta a: | Administración y Marketing | |
| Perfil: | Estudiante que cursa sexto nivel de la carrera de Administración Turística | |
| Funciones: | <p>Proponer y evaluar a los Servidores Turísticos y a los prestadores de servicios.</p> <p>Cotizar, programar y organizar las prestaciones de servicio de los proveedores, administrando de acuerdo al número de estudiantes y sus respectivas regalías, así como los servicios generales necesarios para el funcionamiento de la oficina de turismo.</p> <p>Manejar una base de datos en la cual tenga todos los registros de los distintos prestadores de servicio turísticos.</p> <p>Coordinar con el área de Tesorería para el desembolso del 50% en la contratación de los proveedores.</p> | |

3.7 Análisis Técnico

3.7.1 Proceso administrativo de las salidas académicas

Presentación salida de campo: Este debe seguir el formato institucional y estará a cargo del docente.

Verificación de salida: Esta verificación deberá ser realizada en concordancia con lo presentado en el syllabus y será revisada por la coordinación de carrera.

Presentación documentación necesaria para salida: Para esto será necesario que el docente llene la ficha de solicitud de salida, formato realizado por la oficina de turismo (apéndice C.)

Autorización salida: Para esto deberá ser presentada la hoja de salida firmada y con sello al vicerrectorado académico y coordinación de carrera.

3.7.2 Proceso de operación de las salidas académicas

Presentación de salida formal académica: Después de aprobada y firmada la autorización, se realizará el trazado de la ruta por parte de los técnicos de turismo, documento el cual será enviado al departamento de costos y proveedores.

Proveedores: El departamento de costos se encargará de realizar las diversas cotizaciones y el cuadro de los costos, dicho informe será expuesto en la reunión con Tesorería y Administración.

Socialización: Una vez aprobado los costos, se realizará una socialización con los estudiantes, por parte del departamento de Marketing y a su vez se realizará el cobro de los valores por parte de la Tesorería.

Pago Proveedores: Una vez que la tesorería recolecte los costos, enviará por depósito bancario el pago del porcentaje acordado con los diferentes proveedores.

Una vez finalizada la actividad, el Tour Líder debe realizar un informe de cómo se encontró el servicio contratado para la salida, el cual será enviado junto con el informe financiero emitido por Tesorería.

3.8 Distribución de la planta



Figura 20. Distribución de la planta
Fuente: decofilia.com
Elaboración: S/A

Descripción: Oficina de 20m², amplia, amoblada, con ventilación ubicada en la avenida 6 de Diciembre y Colón, en el Instituto Superior Tecnológico Internacional “ITI”, en el campus Colón, consta de: una sala de reuniones, un baño, dos oficinas.

3.9 Equipamiento e inventario

Para el diseño, elaboración y comercialización de los paquetes turísticos se requieren de los siguientes equipos, enseres y suministros, detallados a continuación.

Equipos necesarios para oficina

Tabla No. 22. Inventario equipo de oficina

| ITEM | DETALLE | CNT. | P.V. U | PRECIO TOTAL |
|------------------------------------|---|------|----------|--------------|
| Teléfonos | Teléfono inalámbrico Panasonic base negro modelo KXTGB210. Funciones Identificador de Llamada, Alarma; se puede ampliar hasta 5 extensiones – Iluminación azul en pantalla y teclado Tecnología DECT; Agenda Con capacidad para hasta 50 números de teléfono, Incluye 1 Base – Pilas AAA recargables – Adaptador de voltaje – Cable de línea telefónica, Multi-Idioma, Reloj y Alarma, Manos libres, Teclado Iluminado, Sonido Nítido; Dimensiones (cm) :21.2 (Altura) X14.6 (Ancho) X 12.9 (Profundidad), Peso (Kg) :1 kg | 3 | \$ 37,00 | \$ 111,00 |
| Fax, impresora y copiadora. | Epson L575 Multifuncional de tinta continua, imprime, escanea, copia, Fax, USB, LAN, WiFi. Multifunción Epson L575 tamaño A4; Impresora a color resolución 5760 x 1440 dpi de resolución; Velocidad normal (medición real ISO) de 9 páginas por minuto en negro y 4,5 a color; Copiadora hasta 99 copias (sin PC) de 25% a 400% de ajuste; Scanner de cama plana de 1200 dpi reales; Alimentador automático de papel ADF de 30 hojas; Bandeja de 100 hojas; Papel de control; Conexión USB, Wireless Wi-Fi, Wi-Fi directo, red Ethernet cableada; Wi-Fi directo sin necesidad de router; Rendimiento tinta 7,500 color y 4,500 negro, Incluye 4 tintas negro, amarillo, azul, rojo. | 2 | \$390,00 | \$780,00 |
| Calculadora – sumadora | Calculadoras Casio Oficinas Industrias Profesionales | 2 | \$3,50 | \$7,00 |

| | | | | |
|---------------------|---|---|----------|-----------|
| Televisor | Marca: SAMSUNG Tecnología: LED Resolución: HD 1.366 x 768 Tamaño de pantalla: 32 Pulgadas Conexión HDMI: 1 Entradas USB: 1 Modelo: UN32FH4005 Color: Negro Contraste: Mega Contraste Sintonizador digital: INCORPORADO Potencia de parlantes: 5W x 2 Dimensiones Tv con Base: 73,88 x 49,77 x 19,17 cm Dimensiones Tv sin Base: 73,88 x 44,4 x 9,32 cm | 1 | \$300,00 | \$300,00 |
| Computadoras | Computadores de escritorio Dell OptiPlex 160. Disco duro de 160 Gigas. Memoria RAM de 2GB DDR2 800 MHz. Procesador Intel Atom 270 Single Core. Sistema operativo Windows 7 professional. Microsoft office 10 profesional. Monitor pantalla plana de 19" Dos puertos USB. Unidad DVD/CDR. | 2 | \$250,00 | \$500,00 |
| TOTAL | | | | \$1697,00 |

Elaborado por: El autor

Muebles y enseres

Tabla No. 23. Inventario muebles y enseres

| ITEM | DETALLE | CNT. | P.V. U | PRECIO TOTAL |
|------------------------|---|------|-----------|--------------|
| Escritorios | Escritorio modular con número de código DHC8 de la empresa, muebles modernos para oficinas, en forma de L, dispone de 2 cajones en la parte inferior. Medidas: 188 x 155 x 75 Cms | 2 | \$ 180,00 | \$ 360,00 |
| Silla giratoria | Silla Giratoria Hidráulica para uso en el hogar y la oficina. COLOR: Negro QTY: 1PC N.W 5.0 KGS G.W 5.7 KGS MEDIDA: 64X11.5X50 OFFICE CHAIR Un producto con la Calidad, Garantía y Respaldo de Corporaciontek | 2 | \$27,00 | \$54,00 |
| Sillas | Sillas De Espera Tripersonal PVC para Oficinas. 3 plazas Espaldar y asiento en PVC Cushon color negro Estructura metálica pintada color negro Modelo Elegante Multiusos Spa, oficinas, hospitales Excelente calidad. | 2 | \$140,00 | \$280,00 |

| | | | | |
|-------------------------------|--|---|-----------|-----------|
| Mesa de centro | MESA OVALADA EN VIDRIO. Diseño mesa de centro ovalada con 3 vidrios templados nueva. Medidas de la mesa 90 cm ancho x 50 cm de profundidad cm x 53 cm al alto Metal cromado y patas metálicas cromadas. | 1 | \$60,00 | \$60,00 |
| Archivadores | Biblioteca con puertas batientes y entrepaños internos con bases de metal. Modelo DC300 Medidas 80 x 40 x 200 Cms | 2 | \$125,00 | \$250,00 |
| Decoraciones | Objetos varios de decoración como plantas, cuadros de pinturas, imágenes, fotos etc. | - | \$ 100,00 | \$100,00 |
| Suministros de oficina | Resmas de hojas de papel A4, lápices, esferos, grapadora, cinta adhesiva, pegamento, sellos etc. | - | \$100,00 | \$100,00 |
| TOTAL | | | | \$1204,00 |

Elaborado por: El autor

Equipamientos necesarios para limpieza y aseo.

Tabla No. 24. Inventario de útiles de aseo

| ITEM | DETALLE | CNT. | P.V. U | PRECIO TOTAL |
|--------------------------------------|--|------|----------|--------------|
| Toallas de mano | Dispensador de toallas de mano que posee un diseño sobrio y elegante, permite extraer hoja a hoja las toallas. Protege al producto del polvo y de la humedad. Dimensiones: Largo: 320 mm, ancho: 265 mm, profundidad: 120 mm. Peso neto: 710g. | 6 | \$ 19,00 | \$ 114,00 |
| Desinfectantes biodegradables | Limpiador desinfectante multiusos mundo clean, linea institucional Fragancias: Aqua Marina, Bouquet Floral, Eucalipto, Manzana Canela, Manzana Verde, Pino y Lavanda Ideal para la desinfección y desodorizarían de múltiples superficies como: baldosas, veredas, galpones, cocinas, mesones, dormitorios, baños, urinarios, entre otros. | 3 | \$3,50 | \$10,50 |
| Escobas | Escobas de cerdas largas Impoexito | 2 | \$3,00 | \$6,00 |
| Basurero para baños | Basurero plástico plateado con tapa negra, cilíndrico de 3 litros. | 2 | \$4,00 | \$8,00 |

| | | | | |
|---------------------------------|--|---|---------|----------|
| Basurero para reciclaje | Basurero tacho tapa Vaiven reciclaje vidrios, papel y metales. Procedencia: Nacional Fabricante: Consuplast Material: plástico Color: Blanco MEDIDAS: Alto: 45 cm ancho: 20 cm Capacidad: 12 Litros Cantidad: 1 unidad | 3 | \$3,80 | \$11,40 |
| Trapeador | Trapeador mágico con exprimidor 360 lavada y secado. Limpia y seca en una sola pasada Fácil de utilizar y limpiar Para todo tipo de superficies Mango con función giratoria Cubeta exprimidora de rápido secado CÓDIGO LONE01SPINMOPB | 1 | \$ 9,00 | \$9,00 |
| Jabón líquido para manos | Jabón Líquido Antibacterial Para Manos SOFT SOAP Marca Dg Galón (4 lts). | 1 | \$12,90 | \$12,90 |
| TOTAL | | | | \$171,80 |

Elaborado por: El autor

Gastos de comercialización

Tabla No. 25. Gastos varios

| ITEM | DETALLE | CNT. | P.V. U | PRECIO TOTAL |
|--|---|------|----------|--------------|
| Tarjetas de presentación | Full color 1000 unidades | 1000 | - | \$ 90,00 |
| Rótulo de la oficina de turismo | Madera local de 40*90 cm | 1 | \$220,00 | \$220,00 |
| Tríptico | Full color. | 1 | \$570,00 | \$570,00 |
| Página Web | Publicación por un año, página principal, cinco links, tamaño 50 MB | 1 | \$500,00 | \$500,00 |
| TOTAL | | | | \$1380,00 |

Elaborado por: El autor

3.10 Financiamiento

3.10.1 Presupuesto

Para la elaboración del Presupuesto se ha tomado en cuenta los valores del equipamiento de la oficina, así como también, los equipos para el club de turismo.

Presupuesto Oficina de Turismo ITI

Tabla No. 26. Presupuesto oficina de Turismo

| Ítem | Partida | Total USD |
|--------------|----------------------------|----------------|
| 1 | Equipos de Oficina | 1697,00 |
| 2 | Muebles y enseres | 1204,00 |
| 3 | Útiles de Aseo | 171,80 |
| 4 | Gastos de comercialización | 1380,00 |
| 5 | Servicios Básicos* | 2000,00 |
| Total | | 6452,80 |

Elaborado por: El autor

*Se contempla Luz, Agua, Teléfono, Internet fibra óptica.

3.10.2 Financiamiento

El presupuesto se enfocará a la ayuda netamente del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI, gracias al apoyo Institucional, en caso de que no se logre cubrir el 100% del presupuesto se podría recurrir a entes públicos, como es el caso de la Prefectura del GAD de Pichincha, el cual acoge proyectos sociales, sin fines de lucro para solventarlos luego de la revisión y aprobación de dicho proyecto.

3.11 Propuesta de productos turísticos para las carreras

PAQUETE TURÍSTICO AMBIENTAL POR CENTRO ANDES ECUADOR

ITINERARIO

| HORA | ACTIVIDAD | TIEMPO DE RECORRIDO | TIEMPO DE ACTIVIDADES |
|---------------|--|---------------------|-----------------------|
| 7:00 a.m. | Salida del ITI | 1:H00 | |
| 8:00 a.m. | Desayuno en Machachi (Restaurante Posada del Chagra) | | 1:H00 |
| 9:00 a.m. | Salida hacia la comunidad Palacio Real | 3:H00 | |
| 12:00 | Llegada a la Comunidad Palacio Real | | |
| 12:00 - 13:00 | Almuerzo en la Comunidad "Palacio Real" | | 1:H00 |
| 13:00 | Visita Museo Cultural de la Llama | | 2:H00 |
| 15:00 | Visita Senderos Interpretativos | | 1:H30 |

| | | | |
|----------------------|---|------------|-------|
| 16:30 | Visita Centro de Artesanías (Hiladería) | | 1:H30 |
| 18:00 | Salida de la comunidad hacia Riobamba | 15 minutos | |
| 18:15 | llegada a Riobamba (Hotel Zeus) | | |
| 19:00 | Cena (Pernoctar) | | |
| | Día 2 | | |
| 07:00 | Desayuno en el hotel | | 1:H00 |
| 08:00 | Salida hacia la Prov. Bolívar (Salinas de Guaranda) | 1:H00 | |
| 09:00 | Llegada y visita la empresa (EL SALINERITO) | | 3:H00 |
| 12:00 - 13:00 | Almuerzo en Salinas (Restaurante la Estancia) | | 1:H00 |
| 14:00 | Retorno a Quito | 5:H00 | |
| 19:00 | Llegada a Quito | | |

Elaborado por: El autor

COSTOS

| NÚMERO DE ESTUDIANTE: 10 | | | | |
|-----------------------------|-------|-------|------------------------|-----------------|
| | DÍA 1 | DÍA 2 | VALORES | VALOR UNITARIO |
| TRANSPORTE | 70.00 | 70.00 | 140.00 | 14.00 |
| GUIANZA | 60.00 | 60.00 | 120.00 | 12.00 |
| ALIMENTACIÓN PAX | 16,50 | 7,00 | 23,50 | 2,35 |
| ALIMENTACIÓN GUÍA Y CHOFER | 16,50 | 7,00 | 23,50 | 2,35 |
| ALOJAMIENTO GUÍA Y CHOFER | 88.50 | 0.00 | 88.50 | 8,85 |
| ALOJAMIENTO X PERSONA | 44.25 | 0.00 | 442.50 | 44.25 |
| ACTIVIDADES EN LA COMUNIDAD | 15,00 | 0,00 | 15,00 | 15,00 |
| ENTRADA EMPRESA SALINERITO | | 15,00 | 15,00 | 15,00 |
| | | | SUBTOTAL | 113,80 |
| | | | UTILIDAD 30% | 34,14 |
| | | | IMPREVISTOS 5% | 5,69 |
| | | | IVA 12% | 13,65 |
| | | | TOTAL UNITARIO | 167,28 |
| | | | TOTAL POR GRUPO | 1.672,80 |

Elaborado por: El autor

PAQUETE TURÍSTICO DE LA RUTA GASTRONÓMICA Y VIVENCIAL EN LA COMUNIDAD DE ZULETA

ITINERARIO

Día 1

| HORARIO | DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES | TIEMPO |
|-------------|---|------------|
| 7:10 | Salida de Quito desde el Instituto Superior Tecnológico Internacional. | 50 minutos |
| 8:00 | Llegada a Cayambe | |
| 8:20 | Inicio de desayuno y explicación de productos representativos por parte del chef en restaurante | 20 minutos |

| | | |
|---------------|---|-------------|
| 8:40 | Visita a fábrica de biscochos y quesos de hoja visita a parque central de Cayambe | 50 minutos |
| 9:30 | Salida de fábrica y traslado a Otavalo | 40 minutos |
| 10:10 | Llegada a Otavalo / Degustación de chicha | 40 minutos |
| 11:50 | Salida de Otavalo | 20 minutos |
| 12: 10 | Llegada a Atuntaqui / Degustación de la fritada | 30 minutos |
| 12:40 | Salida de Atuntaqui y traslado a Ibarra | 20 minutos |
| 13:00 | Llegada a Ibarra / Degustación de helados de paila | 25 minutos |
| 13:25 | Salida de Ibarra y traslado a Zuleta | 35 minutos |
| 14:00 | Llegada a Zuleta | |
| 14:10 | Almuerzo con la comunidad / Trucha, Pollo a la plancha, caldo de gallina. | 50 minutos |
| 15:00 | Traslado y visita a Laguna de Cubilche y sus alrededores guianza fotografías | 120 minutos |
| 17:00 | Traslado hasta familia anfitriona. Afueras de Zuleta | 20 minutos |
| 17:20 | Visita familia anfitriona que realiza productos a base de miel, degustaciones | 70 minutos |
| 18:30 | Retorno a Zuleta | 20 minutos |
| 18:50 | Cena con la comunidad y elaboración de pan en horno de leña | 120 minutos |
| 20:50 | Evaluación de jornada | 40 minutos |
| 21:30 | Descanso en habitaciones preparadas en las casas de miembros de la comunidad | |

Elaborado por: El autor

DÍA 2

| HORARIO | DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES | TIEMPO |
|--------------|--|------------|
| 7:00 | Desayuno con la comunidad, incluye el pan que la noche anterior prepararon | 60 minutos |
| 8:00 | Inicio recorrido en la comunidad | 30 minutos |
| 8:30 | Proceso elaboración de mantequilla | 60 minutos |
| 9:30 | Degustación de cerveza artesanal y explicación de cómo se prepara este producto | 60 minutos |
| 10:30 | Visita centro arqueológico | 90 minutos |
| 12:00 | Participación en la preparación de borrego asado con la comunidad | 60 minutos |
| 13:00 | Almuerzo con la comunidad | 75 minutos |
| 14:15 | Talleres de bordados a mano, observación, fotografía. | 75 minutos |
| 15:30 | Visita casa comunal, podrán comprar los diferentes productos que se realizan en Zuleta | 60 minutos |
| 16:30 | Degustación de queso y productos lácteos. | 60 minutos |

| | | |
|--------------|------------------------------|-------------|
| 17:30 | Salida a Quito | 120 minutos |
| 19:30 | Llegada a la ciudad de Quito | |

Elaborado por: El autor

COSTOS

| NÚMERO DE PARTICIPANTES: 10 | DÍA 1 | DÍA 2 | VALORES | VALOR UNITARIO |
|--------------------------------------|--------|--------|---------|----------------|
| TRANSPORTE | 130,00 | 130,00 | 260,00 | 26,00 |
| GUIANZA | 50,00 | 50,00 | 100,00 | 10,00 |
| ALIMENTACIÓN GUÍA Y CHOFER | 30,00 | 20,00 | 50,00 | 5,00 |
| ALOJAMIENTO GUÍA Y CHOFER | 30,00 | 0,00 | 30,00 | 3,00 |
| ALOJAMIENTO X PERSONA | 15,00 | 0,00 | 15,00 | 15,00 |
| DESAYUNOS | 5,00 | 5,00 | 10,00 | 10,00 |
| ALMUERZOS | 5,00 | 7,00 | 12,00 | 12,00 |
| CENA | 5,00 | 0,00 | 5,00 | 5,00 |
| DEGUSTACIÓN BIZCOCHOS | 15,00 | 0,00 | 15,00 | 1,50 |
| DEGUSTACIÓN CHICHA | 5,00 | 0,00 | 5,00 | 0,50 |
| DEGUSTACIÓN FRITADA | 20,00 | 0,00 | 20,00 | 2,00 |
| DEGUSTACIÓN HELADOS | 10,00 | 0,00 | 10,00 | 1,00 |
| DEGUSTACIÓN PRODUCTOS DE MIEL | 10,00 | 0,00 | 10,00 | 1,00 |
| ELABORACIÓN PAN EN HORNO | 40,00 | 0,00 | 40,00 | 4,00 |
| DEMOSTRACIÓN ELABORACIÓN MANTEQUILLA | 0,00 | 20,00 | 20,00 | 2,00 |
| DEGUSTACIÓN CERVEZA ARTESANAL | 0,00 | 20,00 | 20,00 | 2,00 |
| DEGUSTACIÓN DE QUESOS | 0,00 | 20,00 | 20,00 | 2,00 |
| SUBTOTAL | | | | 102,00 |
| UTILIDAD 30% | | | | 30,60 |
| IMPREVISTOS 5% | | | | 5,10 |
| IVA | | | | 3,67 |
| TOTAL UNITARIO | | | | 141,37 |
| TOTAL POR GRUPO | | | | 1413,70 |

Elaborado por: El autor

PAQUETE TURÍSTICO EL MISTERIO KITU KARA

ITINERARIO

| HORA | ORIGEN | DESTINO | RECORR. APROX. | TIEMPO VISITA | ACTIVIDADES |
|--------------|-------------------------------|-------------------------------|----------------|---------------|--|
| 8:00 | ITI | Itchimbia | 30 min | 1 hora | Introducción al atractivo e historia y juego de la pelota. |
| 9:30 | Itchimbia | San Juan | 20 min | 1 hora | Visita local de Quesadillas de San Juan, degustación y demostración. |
| 10:50 | Local de quesadillas | Parque Arqueológico Rumipamba | 30 min | 1 hora | Visita al Parque Arqueológico Rumipamba y refrigerio. |
| 12:20 | Parque Arqueológico Rumipamba | ITI | 24 min | | Retorno al ITI. |

| | | | | | |
|--------------|----------------------------|---|--------|--------|---|
| 12:44 | ITI | | | | Fin del recorrido. |
| 17:00 | ITI | El Panecillo | 35 min | 1 hora | Visita al mirador el panecillo, introducción al atractivo e historia y juego de la cucaña. |
| 18:35 | El Panecillo | La Ronda | 15 min | 1 hora | Dramatización antes de la llegada de los incas y después de la llegada de los incas. Demostración taller de trompos. |
| 19:50 | La Ronda | Local de tortillas de maíz (Teatro Sucre) | 10 min | 25 min | Visita local de tortillas de maíz (Teatro Sucre), degustación y refrigerio. |
| 20:25 | Local de tortillas de maíz | ITI | 15min | | Retorno al ITI |

Elaborado por: El autor

COSTOS DE LA RUTA DIURNA

| NUMERO DE PARTICIPANTES | | 10 | |
|---------------------------------|-------------|------------------------|----------------|
| | Ruta diurna | VALORES GENERALES | VALOR UNITARIO |
| TRANSPORTE | 110,00 | 110,00 | 11,00 |
| GUIANZA | 60,00 | 60,00 | 6,00 |
| DEGUSTACIÓN Y REFRIGERIO | -- | -- | 5,00 |
| | | SUBTOTAL | 22,00 |
| | | UTILIDAD 30% | 6,60 |
| | | IMPREVISTOS 5% | 1,10 |
| | | IVA 12% | 2,64 |
| | | TOTAL UNITARIO | 32,34 |
| | | TOTAL POR GRUPO | 323,40 |

Elaborado por: El autor

COSTOS RUTA NOCTURNA

| NUMERO DE PARTICIPANTES | | 10 | |
|---|---------------|-----------------------|----------------|
| | Ruta nocturna | VALORES | VALOR UNITARIO |
| TRANSPORTE | 110,00 | 110,00 | 11,00 |
| GUIANZA | 60,00 | 60,00 | 6,00 |
| DEMOSTRACIÓN DE LA ELABORACIÓN DEL TROMPO Y REFRIGERIO | --- | --- | 1,00 |
| | | SUBTOTAL | 18,00 |
| | | UTILIDAD 30% | 5,40 |
| | | IMPREVISTOS 5% | 0,90 |
| | | IVA 12% | 2,16 |
| | | TOTAL UNITARIO | 25,56 |

| | |
|------------------------|---------------|
| TOTAL POR GRUPO | 255,60 |
|------------------------|---------------|

Elaborado por: El autor

PAQUETE TURÍSTICO SOBRE LA RUTA QUE DESTAQUE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN SALINAS PROVINCIA DE BOLÍVAR

ITINERARIO

| HORA | ACTIVIDAD |
|-------------|---|
| 7:00 | Salida del ITI |
| 7:45 | Llegada a Posada del Chagra (Desayuno) |
| 8:30 | Salida de la Posada del Chagra |
| 10:00 | Llegada a Ambato |
| 10:05 | Llegada al Parque de los enamorados (Atractivo) |
| 10:30 | Salida de Ambato |
| 12:10 | Llegada a Salinas de Guaranda |
| 12:30/13:30 | Almuerzo |
| 13:40/14:30 | Visita El Salinerito (1 hora) |
| 14:50/15:30 | Asociación Textil Texas |
| 16:20/17:00 | Visita a las minas de sal |
| 17:30 | Box lunch en la Va K Pizza |

Elaborado por: El autor

COSTOS DE LA RUTA TURÍSTICA

| COSTOS | CANTIDAD | PRECIO UNITARIO | PRECIO TOTAL |
|--------------------|--|-----------------|--------------|
| ALIMENTACIÓN | Desayuno (15) | \$3,50 | \$157,50 |
| | Posada del Chagra Almuerzo y Box Lunch La Va K Pizza | \$7 | |
| TRANSPORTE | Quito-Salinas | \$150 | \$150 |
| ENTRADAS | Todas las empresas de manufactura: textilería, balones, lana, etc | \$ 4 | \$ 60 |
| TOTAL | | | \$ 367,50 |
| IMPREVISTOS | 5% | | \$18,37 |
| UTILIDAD | 10% | | \$36,75 |
| TOTAL FINAL | | | \$ 422,62 |

**Total cada
pax**

\$ 28,17

Elaborado por: El autor

**PAQUETE TURÍSTICO PARA LOS ESTUDIANTES DE TURISMO EN LAS
PROVINCIAS DE PICHINCHA, NAPO, PASTAZA, MORONA SANTIAGO,
ZAMORA CHINCHIPE, EL ORO Y LOJA**

ITINERARIO RUTA 1

| | HORA | ORIGEN | DESTINO | RECORR APROX. | TIEMPO VISITA | ACTIVIDADES |
|--------------|----------|------------------------------------|--|--------------------|---------------|--|
| Día 1 | 7:00 am | ITI | Cascada del Cóndor Machay | 32.9 km-1 hora | 2:30 min | Recorrido |
| | 10:30 am | Cascada del Cóndor Machay | Pesca deportiva, Hostería Cucayo | 17.6 km-45 min | 3 horas | Almuerzo |
| | 14:30 am | Pesca deportiva, Hostería Cucayo | Refugio de Vida Silvestre Pasochoa | 13.4 km-40 min | Resto del día | Explicación del refugio |
| Día 2 | 7:30 am | Refugio de Vida Silvestre Pasochoa | Rafting Rio Quijos, Baeza | 92.5 km- 2 horas | 2 horas | Rafting |
| | 11:30am | Refugio Rio Quijo, Baeza | El Gran Cañón, Cotundo | 93.2 km-1 h 45 min | 3 horas | Recorrido del sendero |
| | 16:30 am | El Gran Cañón, Cotundo | Turismo comunitario, Arajuno | 19 km-30 min | Resto del día | Pernoctación |
| Día 3 | 8:00 am | Turismo comunitario, Arajuno | La Casa del Árbol | 110 km-1h30 min | 3 horas | Paseo por las Cuevas Almuerzo |
| | 12:45 pm | La Casa del Árbol | Dique de Shell | 5 km-15 min | 2:30 min | Explicación de la comunidad y artesanías |
| | 16:35 pm | Dique de Shell | Mera, Zona de Amortiguamiento P.N Sangay | 160 km-2h15 min | 2 horas | Pernoctación |

Elaborado por: El autor

ITINERARIO RUTA 2

| | HORA | ORIGEN | DESTINO | RECORR APROX. | TIEMPO VISITA | ACTIVIDADES |
|--------------|----------|---|-----------------------------------|---------------|---------------|--|
| Día 1 | 7:00 am | Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre | Aeropuerto Mariscal La Mar Cuenca | 50 min | | Vuelo |
| | 8:00 am | Aeropuerto Mariscal La Mar Cuenca | P.N. Podocarpus | 4 horas | 2 horas | Recorrido/Desayuno |
| | 14:30 am | P.N. Podocarpus | Cascada La Poderosa | 2 horas | 30 min | Recorrido y Explicación/ Pernoctación Campin |
| Día 2 | 7:00 am | Cascada La Poderosa | Vilcabamba | 50 min | 3 horas | Paseo por la ciudad |
| | 12:00 pm | Vilcabamba | Parque Recreacional | 10 min | 2 horas | Observación |

| | | | | | | |
|--------------|----------|---------------------------------|---------------------------------|----------|---------------|--------------------------|
| | | | Jipiro | | | |
| | 14:50 pm | Mirador El Churo | Cueva de la Chiriguana | 30 min | 1h30 min | |
| | 16:30 pm | Parque Recreacional Jipiro | Florecimiento de los Guayacanes | 1h30 min | 2 horas | Pernoctación |
| Día 3 | 7:00 am | Cueva de Chiriguana | | 1h30 min | 1h30 min | Cabalgata/ Recorrido |
| | 10:00 am | Florecimiento de los Guayacanes | Bosque Petrificado Puyango | 1h30 min | 2h30 min | Fotografía y explicación |
| | 14:00 pm | Bosque Petrificado Puyango | Zoológico de Loja | 2 horas | 1 hora | Observación de animales |
| | 17:00 pm | Zoológico de Loja | Arenillas | 3 horas | 1 hora | Tiempo Recreativo |
| | 21:00 pm | Arenillas | Jambeli Hostal Solar del Puerto | 30 min | Última Parada | Pernoctación |

Elaborado por: El autor

COSTOS RUTA 1

| Pax | 10 | | | | |
|---|----------|----------|----------|------------------------|------------------|
| | Día 1 | Día 2 | Día 3 | VALORES | V. UNITARIO |
| TRANSPORTE | \$133,34 | \$133,33 | \$133,33 | \$400,00 | \$40,00 |
| GUÍA | \$30,00 | \$30,00 | \$30,00 | \$90,00 | \$9,00 |
| CASCADA DEL CÓNDOR MACHAY | \$1,00 | | | \$1,00 | \$1,00 |
| PESCA DEPORTIVA EL CUCAYO | \$9,00 | | | \$9,00 | \$9,00 |
| ALIMENTACIÓN Y HOSPEDAJE GUÍA | \$9,00 | \$15,00 | | \$24,00 | \$2,40 |
| ALIMENTACIÓN Y HOSPEDAJE CHOFER | \$9,00 | \$15,00 | | \$24,00 | \$2,40 |
| REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA | \$2,00 | | | \$2,00 | \$2,00 |
| REFUGIO RIO QUIJOS | | \$5,00 | | \$5,00 | \$5,00 |
| TURISMO COMUNITARIO ARAJUNO | | \$20,00 | | \$20,00 | \$20,00 |
| CASA DEL ÁRBOL | | | \$3,00 | \$3,00 | \$3,00 |
| | | | | Subtotal | \$93,80 |
| | | | | Utilidad 10% | \$28,14 |
| | | | | Imprevistos 5% | \$4,69 |
| | | | | IVA 12 % | \$11,26 |
| | | | | Total Unitario | \$137,89 |
| | | | | Total por grupo | \$1378,86 |

Elaborado por: El autor

COSTOS RUTA 2

| Pax | 10 | | | | |
|---|---------|---------|---------|----------|----------------|
| | Día 1 | Día 2 | Día 3 | VALORES | VALOR UNITARIO |
| VUELO QUITO A CUENCA IDA Y VUELTA | \$45,00 | | \$45,00 | \$90,00 | \$90,00 |
| TRANSPORTE | \$90,00 | \$90,00 | \$90,00 | \$270,00 | \$27,00 |
| GUÍA | \$30,00 | \$30,00 | \$30,00 | \$90,00 | \$9,00 |
| P.N PODOCARPUS/ALIMENTACIÓN /HOSPEDAJE | \$10,00 | | | \$10,00 | \$10,00 |
| CUEVA DE | | | \$7,00 | \$7,00 | \$7,00 |

| | | | | | |
|--|---------|--|---------|----------------------------|------------------|
| CHIRIGUANA/HOSPEDAJE | | | | | |
| ALIMENTACIÓN Y HOSPEDAJE GUÍA | \$10,00 | | \$35,00 | \$45,00 | \$4,50 |
| ALIMENTACIÓN Y HOSPEDAJE CHOFER | \$10,00 | | \$35,00 | \$45,00 | \$4,50 |
| BOSQUE PETRIFICADO PUYANGO | \$10,00 | | \$1,00 | \$1,00 | \$1,00 |
| ZOOLÓGICO DE LOJA | | | \$2,00 | \$2,00 | \$2,00 |
| HOSTAL SOLAR DEL PUERTO | | | \$35,00 | \$35,00 | \$35,00 |
| | | | | Subtotal | \$190,00 |
| | | | | Utilidad 10% | \$57,00 |
| | | | | Imprevistos 5% | \$9,50 |
| | | | | IVA 12 % | \$22,80 |
| | | | | Total Unitario | \$279,30 |
| | | | | Total por grupo | \$2793,00 |

Elaborado por: El autor

3.12 Impactos

3.12.1 Impacto social

Con la creación de la oficina de turismo se logrará generar un espacio que ayudará a mejorar la formación educativa práctica con vastos conocimientos. Brindará y facilitará información turística a otras instituciones que requieran de la planificación de salidas pedagógicas.

3.12.2 Impacto Ambiental

Los aspectos del ambiente natural constituyen importantes recursos turísticos, atraen a la gente por su valor estético, recreativo o educativo/científico. Sin embargo, muchos de los mismos aspectos son particularmente sensibles a la alteración debido a las actividades humanas. Los impactos negativos que resultan de un desarrollo turístico inadecuadamente planificado e incontrolado pueden fácilmente dañar a los mismos ambientes de los cuales

depende el éxito. Esto a su vez puede reducir severamente los beneficios. (libros para un mundo libre, 2017)

3.12.3 Buenas prácticas ambientales

- **Incorporar acciones para el ahorro de energía.** Algunas prácticas que se van a adoptar con el personal a su cargo para reducir el consumo energético son: Equipos de informática Configura las computadoras en “ahorro de energía”, con lo que se puede reducir el consumo de electricidad hasta un 50%. Apaga la computadora, impresoras y demás aparatos eléctricos una vez finalizada la jornada de trabajo. Esta medida adquiere una mayor importancia en fines de semana y periodos vacacionales. Igualmente, apaga la computadora si va a estar inactiva durante más de una hora. Los equipos consumen una energía mínima incluso apagados, por lo que es deseable desconectar también el alimentador de corriente al final de la jornada. (Salas, 2008)
- **Calefacción y Aire acondicionado.** Usa estos dispositivos sólo cuando sea necesario. Siempre que sea posible, aprovechar la regulación natural de la temperatura. Por ejemplo, en verano las ventanas con vitroven permiten el paso de corrientes de aire que refrescan algunas salas, sin necesidad de encender el aire acondicionado.
- **Iluminación.** Aprovecha la iluminación natural, organizando la oficina de Turismo para que pueda recibir luz natural, manteniendo limpias las ventanas y abriendo las cortinas.
- **Reduce la contaminación por residuos sólidos de oficina.** Coloca en tu oficina una bandeja de cartón de color verde que permita colocar el papel usado, para ser reusado o reciclado. Evita el uso de papel siempre que sea posible, por ejemplo, guardando los documentos en formato digital, optimizando el número de copias necesarias, compartiendo información en lugar de generar copias para cada persona, aprovechando las

posibilidades de Intranet, correos electrónicos, teléfono. Una pizarra de acrílico puede brindar largos años de uso para apuntes; el correo electrónico es más rápido y personal que las cartas impresas, los websites tienen mayor alcance y efectividad que los folletos. (Salas, 2008)

- **Proveedores:** Prestadores de servicios y operadores de turismo local evalúa la calidad ambiental de sus insumos y servicios. Revisa la información adjunta a muchos materiales y productos, así como las propuestas de servicios de sus proveedores. Procura la sustitución de productos contaminantes por otros naturales de similar eficacia. Además, favorece el uso de productos que se expendan en recipientes de cristal, cartón o materiales reciclables.
- Ten cuidado al comprar aparatos usados. Muchos de ellos han sido descartados precisamente por ser dañinos para la salud y el ambiente. (Martínez, 2008)

CONCLUSIONES

- Luego de la investigación realizada se ha concluido que el Instituto Superior Tecnológico Internacional está en la obligatoriedad de organizar salidas de campo para complementar la formación profesional de sus estudiantes, es por ello que luego del diagnóstico desarrollado se concluye que las salidas de campo además de aportar a la formación de los

estudiantes, también puede brindar un espacio para las prácticas pre profesionales de acuerdo a la normativa establecida por la L.O.E.S.

- Las rutas turísticas académicas que se han desarrollado surgen a partir de los requisitos de formación de cada una de las carreras que la institución se encuentra ofertando. Sirven para complementar la formación académica de los estudiantes, y van a estar ancladas, coordinadas, revisadas y aprobadas por las coordinaciones de carrera respectivas.

- Los procesos que se concluyen para desarrollar las salidas pedagógicas van a estar coordinados de acuerdo a la implementación de la oficina de turismo del ITI según los planteamientos y requerimientos que establecen tanto el SENESCYT como el Ministerio de Turismo para la práctica de la operación turística

RECOMENDACIONES

- La programación de las salidas pedagógicas para cada carrera debe estar establecida previamente a la planificación de inicio de cada semestre para que se pueda coordinar la contratación de proveedores, la planificación de itinerarios y fechas claras que no choquen con las salidas de estudio que realizan ciertas carreras así como tampoco se tomen en cuenta sitios que ya han sido visitados en las giras académicas. En cuanto a las carreras que no tienen giras de estudio, se pueden anclar dependiendo de los niveles y de las materias que tengan para de esa manera complementar a su formación.

- Se recomienda que se norme la actividad de la oficina de turismo anclada al departamento de prácticas académicas para que sea una obligatoriedad a cumplir por parte de las carreras para que contribuya a la formación académica de los estudiantes al ser un instituto tecnológico que propende a las prácticas pre profesionales para tener así una buena inserción laboral de los mismos.

- Tomando en cuenta que en la actualidad la institución se encuentra ofertando nuevas carreras, se debería coordinar una estandarización de la normativa para que concuerde con los requerimientos de cada una de las carreras que han sido añadidas.

- Se recomienda revisar los contenidos de otras carreras para ser insertadas en las prácticas pre profesionales de la oficina de turismo como por ejemplo a la carrera de Diseño Gráfico los cuales pueden encargarse de la creación del logo, promoción a través de medios y redes sociales para el público en general. Por otro lado actualmente se ofertan carreras como Marketing o Contabilidad cuyos estudiantes encajarían a la perfección para poder aplicar sus conocimientos dentro de la oficina de turismo.

REFERENCIAS

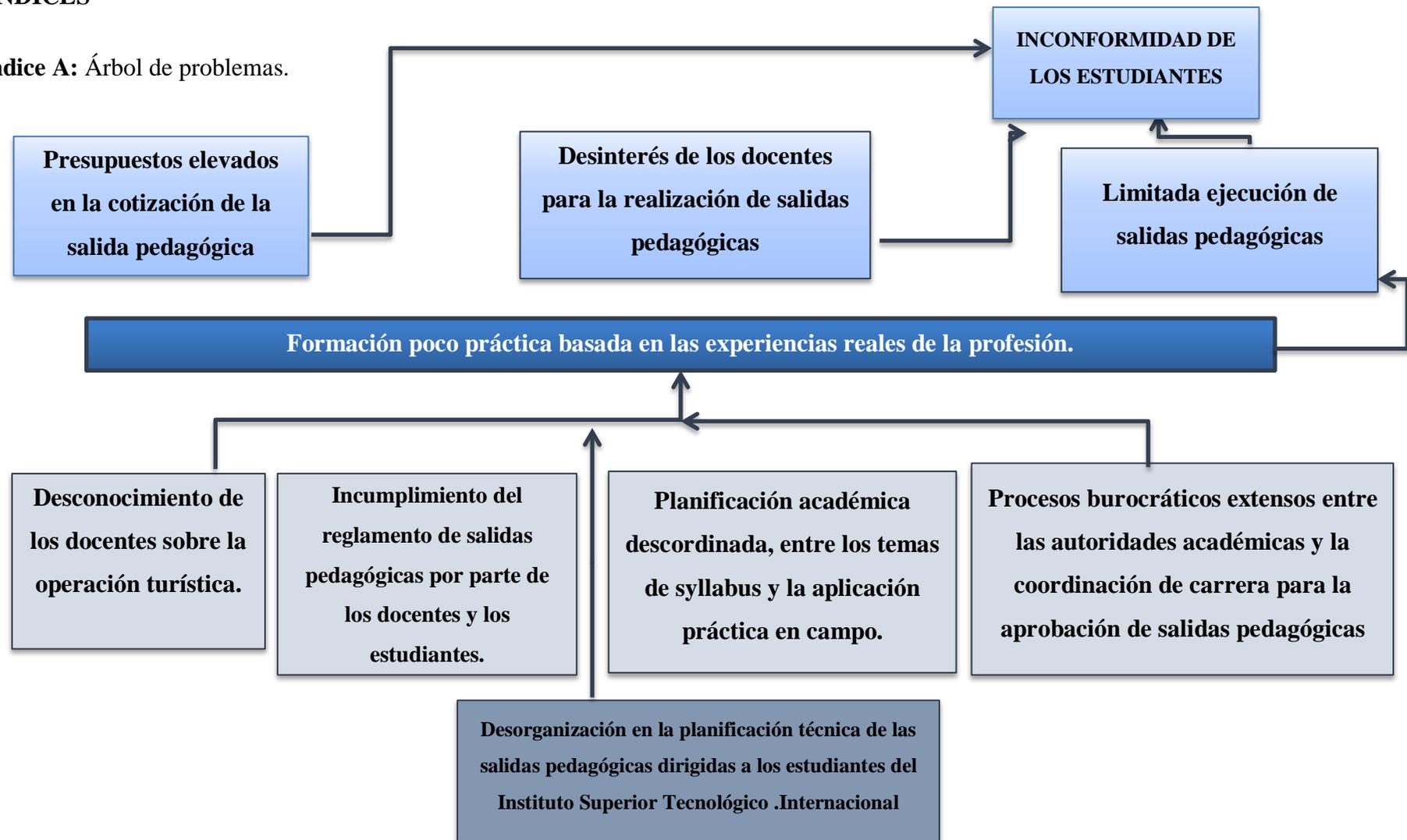
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución del Ecuador*. Montecristi.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico* (4ta ed.). México: Trillas.
- Burkart, A. y. (1981). *Turismo: Pasado, Presente y Futuro*. London, Inglaterra: Heinemann.
- CEPET. (04 de 06 de 2016). Obtenido de URL: <https://cepetconsulting.com/club-de-productos-turisticos-como-metodo-de-comercializacion-turistica/>
- Chan, N. (2011). *Circuitos turísticos: programación y cotización* (4ta ed.).
- Consejo de Educación Superior. (2017). *Reglamento de régimen académico*. Quito.
- Consoli, A. M. (2013). *Armado de guiones y técnicas para realizar visitas guiadas*. Buenos Aires.
- Educación, M. d. (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior, LOES*. QUITO: LEXIS.

- Entorno turístico. (2018). *Impactos socioculturales positivos y negativos del turismo*. Recuperado el 20 de mayo de 2018, de Entorno turístico: <https://www.entornoturistico.com/impactos-socioculturales-positivos-y-negativos-del-turismo/>
- Guevara, A. A. (2012). *Teoría del turismo*. México, México: TRILLAS.
- INEC. (18 de 05 de 2018). *INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- libros para un mundo libre. (15 de mayo de 2017). Obtenido de https://es.wikibooks.org/wiki/Impactos_ambientales/Desarrollo_del_turismo
- Martínez, J. U. (2008). *pdf*. Obtenido de 26
- MICE Consulting. (Marzo de 2019). *Empresa Pública Metropolitana de Turismo*. Obtenido de www.quito-turismo.gob.ec: https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/concurso/bicentenario/informacion_referencial/C%20PLAN-MICE002.pdf
- Ministerio de Turismo . (2018). *Incremento de arribos internacionales es el resultado del impulso a la promoción internacional*. Recuperado el 3 de Junio de 2018, de Ministerio de Turismo Noticias: <https://www.turismo.gob.ec/incremento-de-arribos-internacionales-es-el-resultado-del-impulso-a-la-promocion-internacional/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *All you need is Ecuador es la campaña que está en el Mundo*. Recuperado el 10 de mayo de 2018, de <https://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- Ministerio de Turismo. (2014). *www.turismo.gob.ec*. Obtenido de Proyecto PLANDETUR: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/proyecto_plandetur_2011_2014VERSION2.pdf
- Ministerio de Turismo. (2017). *Rendición de cuentas 2017*. Recuperado el 14 de Mayo de 2018, de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/informe-de-rendicion-de-cuentas-2017/>
- Ministerio de Turismo. (2017). *Rendición de cuentas 2017*. Recuperado el 14 de Mayo de 2018, de MINTUR: <https://www.turismo.gob.ec/informe-de-rendicion-de-cuentas-2017/>
- Organización Mundial del Turismo. (1995). *Conceptos, definiciones y clasificación del turismo: un manual técnico*. Madrid, España.
- Organizacion Mundial del Turismo. (Mayo de 2016). *OMT*. Obtenido de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Panosso, A. L.-2. (2012). *Epistemología del turismo. Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas* . México, México: Trillas.
- Paredes, A. (21 de Enero de 2018). *El 'boom' de las tecnologías inteligentes aplicadas al turismo*. Recuperado el 17 de Mayo de 2018, de El estrella digital: <https://www.estrelladigital.es/articulo/ciencia-y-tecnologia/boom-tecnologias-inteligentes-aplicadas-turismo/20180118181522339721.html>
- S/A. (2019). *¿Por qué estudiar Turismo?* Obtenido de No se que estudiar: <https://www.nosequeestudiar.net/>
- Salas, A. W. (2008). *pdf*. Obtenido de 14

- Sánchez, E. L. (2018). *Proyección del turismo para Ecuador en el 2018*. Recuperado el 3 de Junio de 2018, de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/proyeccion-del-turismo-para-ecuador-en-el-2018/>
- SENESCYT. (18 de 05 de 2018). *Secretaría de educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación*. Recuperado el 18 de 05 de 2018, de <https://www.educacionsuperior.gob.ec/>: <https://www.educacionsuperior.gob.ec/>
- Suarez, J. (26 de Septiembre de 2017). *Ecuador Turístico: cifras y datos que debes saber*. Recuperado el 31 de Mayo de 2018, de Ecuavisa: <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/323596-ecuador-turistico-cifras-datos-que-debes-saber>
- Universidad Técnica Particular de Loja. (21 de Diciembre de 2017). *Rentabilidad económica del turismo en el Ecuador*. Recuperado el 14 de Mayo de 2018, de Universidad Técnica Particular de Loja: <https://noticias.utpl.edu.ec/rentabilidad-economica-del-turismo-en-el-ecuador>
- Walter Hunziker, K. K. (1942). *Fundamentos de la Teoría General del Turismo*. Zurich: Poligraphischer Verlag.

APÉNDICES

Apéndice A: Árbol de problemas.





ENCUESTA DE OPINIÓN A ESTUDIANTES DEL INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO INTERNACIONAL ITI.

Objetivo: Determinar la opinión de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI sobre temas relacionados al Proyecto de innovación “Creación de una oficina de turismo para la operación técnica de las salidas pedagógicas de los estudiantes del Instituto Superior Tecnológico Internacional ITI”

PREGUNTAS

Marque con una X entre las siguientes respuestas.

1. Carrera que cursa

Administración de empresas turísticas Gastronomía Guía nacional de turismo
Administración hotelera Diseño gráfico Estudios ambientales

2. Jornada de estudio

Matutina Nocturna

3. Ocupación

Estudiantes Empleado público Empleado privado Negocio propio

4. ¿Cuántas salidas pedagógicas realiza semestralmente?

0 1 2 3 o más

5. ¿Qué presupuesto estimaría correcto para una salida pedagógica de un día?

\$20 – \$30 \$31 – \$40 \$41 - \$50 \$51 en adelante

6. Considera que las salidas pedagógicas que ha experimentado son:

Malas Regulares Buenas

7. ¿Cree usted que sería necesario implementar una oficina de turismo de la institución que se encargue de la planificación técnica de las salidas pedagógicas?

Si No

8. ¿Estaría de acuerdo en que las salidas pedagógicas sean compartidas entre cursos o entre carreras?

Sí No

9. ¿Participaría usted en salidas extra curriculares (campamentos, recorridos por la ciudad, visita de atractivos turísticos a nivel nacional) organizadas por la oficina de turismo del instituto?

Sí No

10. ¿Piensa usted que los docentes responsables de las salidas pedagógicas están capacitados para planificarlas y ejecutarlas?

Sí No

11. ¿Le gustaría formar parte de un club que realice actividades como deportes extremos, charlas, participación en eventos, actividades culinarias en territorio, fotografía especializada entre otras actividades turísticas?

Sí No

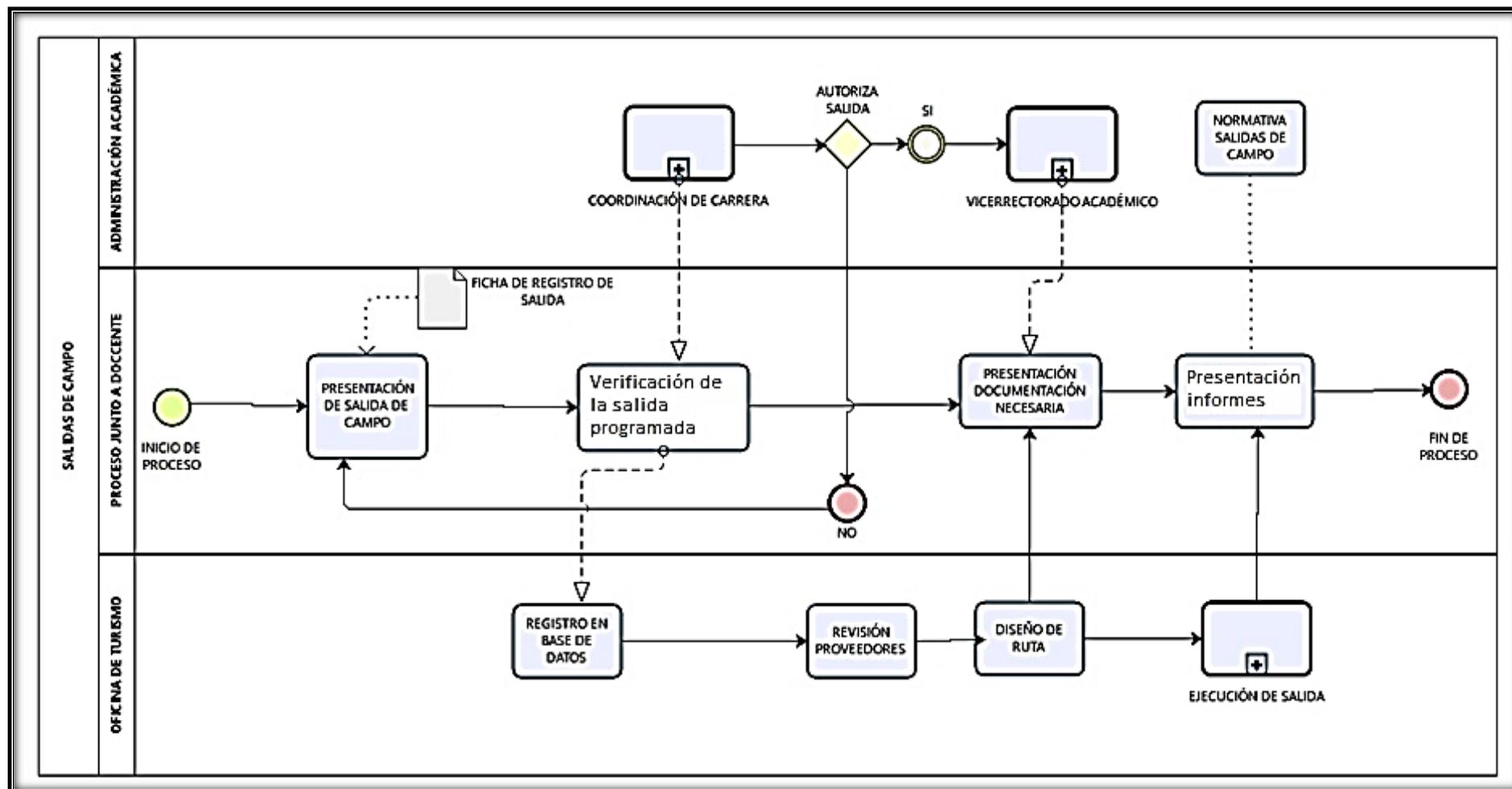
12. ¿A través de que redes sociales les gustaría recibir información sobre los productos de la oficina de turismo?

Facebook Instagram Twitter

Apéndice C: Modelo ficha de registro de salida de campo.

| FICHA SOLICITUD DE SALIDA | | |
|--|--|--|
| Fecha de la salida: | | |
| Docente encargado/asignatura: | | |
| Docente asociado/asignatura: | | |
| Objetivo de la salida: | | |
| Número de estudiantes: | | |
| ACCESO | | |
| Punto de inicio y fin: | | |
| Paradas intermedias (localidades): Determinar el tiempo de duración de cada parada. | | |
| Actividades a realizar: Determinar todas las actividades y su duración aproximada. | | |
| PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS | | |
| Naturales: | | |
| Manifestaciones Culturales: | | |
| SERVICIOS REQUERIDOS | | |
| Nota: Marque con una X, y si posee un proveedor con el que haya trabajado previamente, detallar el nombre del encargado y su número telefónico. | | |
| Alojamiento | | |
| Restauración | | |
| Transporte | | |
| Empresas de actividades recreativas | | |
| Observaciones: | | |
| Firma: | | |

Apéndice D: Flujograma procesos para salidas de campo.



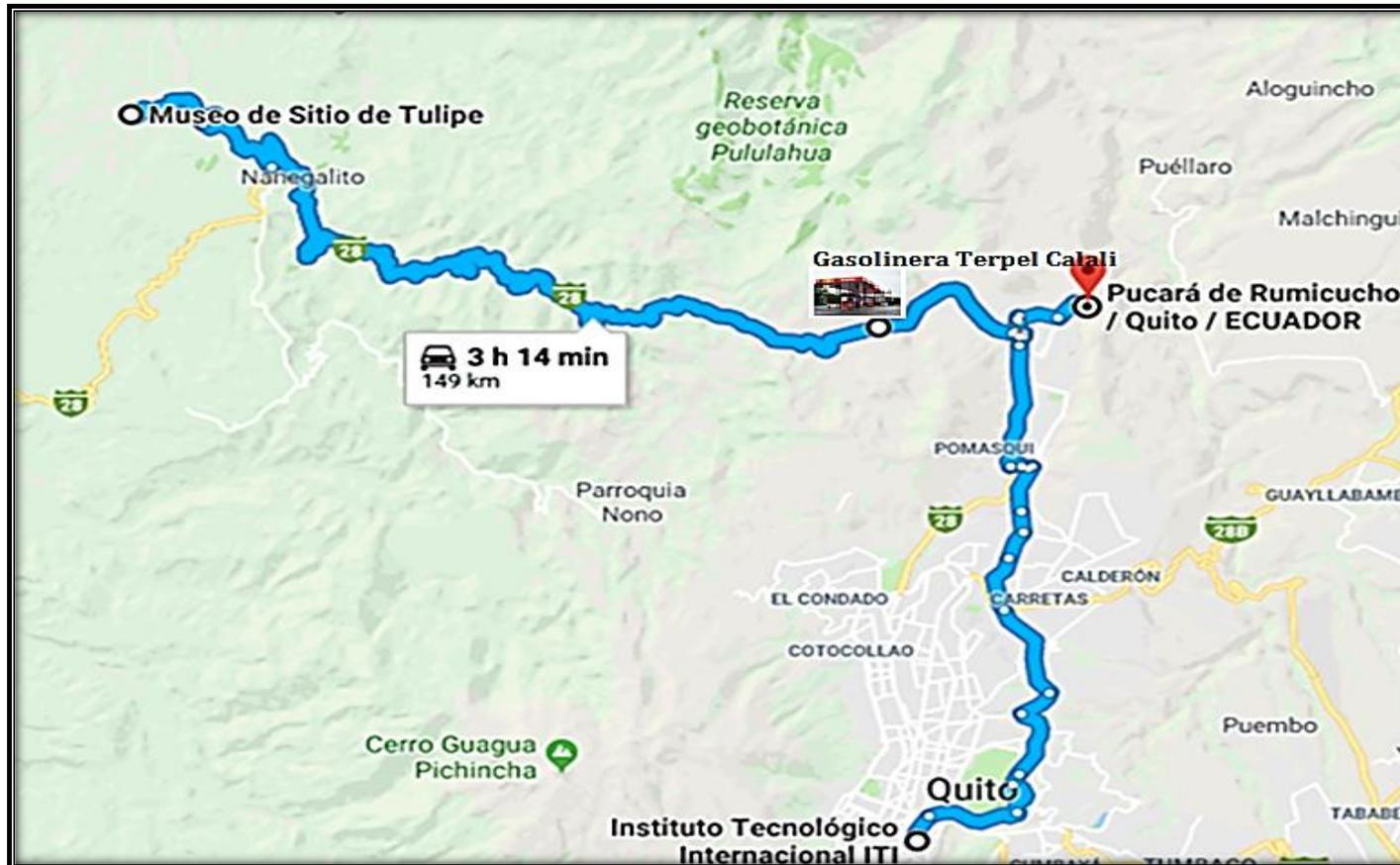
Elaborado por: Los autores.

Apéndice E: Salida académica Quito – Tulipe – Rumicucho – Quito.

Ruta Arqueológica

| FICHA SOLICITUD DE SALIDA | | |
|--|---|--|
| Fecha de la salida: 02-06-2018 | | |
| Docente encargado/asignatura: Dr. Holguer Jara / Arqueología | | |
| Docente asociado/asignatura: Lic. Gabriela Loza / | | |
| Objetivo de la salida: Reconocer restos arqueológicos de culturas prehispánicas. | | |
| Número de estudiantes: 49 | | |
| ACCESO | | |
| Punto de inicio y fin: ITI-TULIPE-RUMICUCHO-ITI | | |
| Paradas intermedias (localidades): Determinar el tiempo de duración de cada parada. | | |
| 1.- Parada técnica: Gasolinera Calacalí, 15 min. 2.- Arribo y recorrido en Museo de Sitio de Tulipe, 02h: 45min. 3.- Almuerzo en restaurante “Las Cucardas,” 30 min. 3.- Vista a Muse de Sitio Arqueológico Rumicucho, 02h:00 4.- Retorno a Quito. | | |
| Actividades a realizar: Determinar todas las actividades y su duración aproximada. | | |
| 1.- Parada técnica: Gasolinera Calacalí, 15 min. 2.- Arribo y recorrido en Museo de Sitio de Tulipe, 02h: 45min. <ul style="list-style-type: none"> • Primera sala: Medio ambiente y la ubicación geográfica de Tulipe • Segunda sala: Evidencias ancestrales como cerámicas, estratigrafía y arquitectura piramidal de las tolas que datan del año 600 d.C • Tercera sala: reas contemporáneas relacionadas con actividades madereras y agro ganaderas, que realiza el habitante actual del área. • Las piscinas o centro ceremonial, que son las evidencias arqueológicas del pueblo Yumbo. • Almuerzo en “Las Cucardas” comida tradicional, 30 min. 3.- Salida a Muse de Sitio Arqueológico Rumicucho <ul style="list-style-type: none"> • Recorrido por los senderos hacían las cinco terrazas de las ruinas arquitectónicas Incas, 2h:00 | | |
| PRINCIPALES RECURSOS Y ATRACTIVOS | | |
| Naturales: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Reserva Botánica El Pahuma • Senderos ecológicos del Tulipe | | |
| Manifestaciones Culturales: | | |
| <ul style="list-style-type: none"> • Colonos • Yumbos • Incas | | |
| SERVICIOS REQUERIDOS | | |
| Alojamiento | | |
| Restauración | X | |
| Transporte | X | |
| Empresas de actividades recreativas | | |
| Observaciones: Se debe coordinar con el docente los tiempos de exposición de cada atractivo. Solo asistieron 41 estudiantes. | | |
| Firma: |  | |

Ruta del recorrido



Elaborado por: Los autores.

Itinerario

| ITINERARIO TÉCNICO | | |
|--------------------|-------|---|
| DÍA | HORA | ACTIVIDADES |
| 1 | 7:45 | Salida desde el Instituto Superior Tecnológico Internacional "ITI". |
| | 8:45 | Parada técnica, gasolinera Calacalí. |
| | 9:00 | Salida a Tulipe. |
| | 9:45 | Llegada a Tulipe. |
| | 10:00 | Recorrido sitio arqueológico, piscinas y sitio ceremonial. |
| | 13:30 | Almuerzo Restaurante Las Cucardas. |
| | 14:15 | Salida a las ruinas de Rumicucho. |
| | 15:20 | Llegada a Rumicucho.y recorrido en el sitio arqueológico. |
| | 17:15 | Retorno a la ciudad de Quito |
| | 18:30 | Llegada al ITI. |

Proveedores de servicios

Transporte



Contacto:

Patricio Alvarado Rea (Gerente General)

0998595418

0982910964

023243085

E mail: patoalvarado24@hotmail.com

Dirección: Aymer Enriqueta Oe 13-208 y la Primavera (LAS CASAS).

Restauración

Contacto:

Señora Elena Miño

Teléfono: 3613059

Dirección: Tulipe

ALMUERZOS

Menú

Sopa

- Sancocho de carne de res
- Sopa de bolas de verde

Segundo

- Arroz con chuleta, menestra y ensalada
- Arroz con pollo al jugo

Jugo: Limonada



Costos turísticos

| DETALLE | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
|---|----------------|-----------------|
| Transporte Ecuador a color 2 buses de 31 pax | \$190,00 | \$380,00 |
| Alimentación en Restaurante "Las cucardas"* | \$3,50 | \$143,50 |
| Entradas a Tulipe* | \$3,00 | \$123,00 |
| Entradas a Rumicucho* | \$1,00 | \$40,00 |
| Imprevistos (0,03%)* | \$0,25 | \$10,25 |
| TOTAL | | \$697,00 |

*5 gratuidades de Alimentación

*3 gratuidades a Tulipe

*3 gratuidades a Rumicucho

Informe Financiero

Salida Académica Quito - Tulipe – Rumicucho - Quito

En el siguiente informe se presentan todos los ingresos y gastos realizados para la salida Técnica de Campo Ruta. ITI – Tulipe – Rumicucho – ITI, en el cual se muestran las tablas de los precios y el estudio de los costos para la respectiva salida.

Salida

| | |
|------------------------|-----------|
| Estudiantes | 41 |
| Docentes | 2 |
| Transportistas | 2 |
| Tour líder | 1 |
| Total Pasajeros | 46 |

Costos

| ACTIVIDAD | VALOR |
|--------------------------------|------------------|
| Transporte | \$ 380.00 |
| Alimentación** | \$ 163.53 |
| Entradas Sitios Arqueológicos* | \$ 163.00 |
| TOTAL | \$ 697.00 |

*Gratuidades alimentación 2 * El valor de los imprevistos fue utilizado para la cancelación completa

*Sitios arqueológicos se contemplan Tulipe - Rumicucho

Ingresos

| Referencia | Valor |
|----------------|------------------|
| 41 estudiantes | \$ 17,00 |
| Total | \$ 697,00 |

Como se muestra anteriormente fueron varios los gastos realizados al momento de la salida de campo. Se tuvo la oportunidad de contar con la ayuda del docente el cual nos colaboró gratuitamente de igual manera se realizó la colecta con los estudiantes del valor de \$ 0,25 para imprevistos los cuales sirvieron para el pago de 3 almuerzos de los 5 que en un principio fueron gratuidades, esto debido a que los estudiantes que debían realizar la salida eran de 49 pero solamente asistieron 41.

Fotos de la salida



ANEXOS

Anexo No 1. Formato hoja de salida de campo.



HOJA DE SALIDA DE CAMPO

FECHA DE SOLICITUD:

| | | | |
|-----------------------|--------------------|---------------------|-------|
| | | | |
| N° DE SALIDA | DESTINO | MATERIA | |
| FECHA DE SALIDA | FECHA DE RETORNO | DOCENTE RESPONSABLE | |
| NÚMERO DE ESTUDIANTES | ALUMNO RESPONSABLE | PLANIFICADA | EXTRA |

OBJETIVOS DE LA SALIDA

OBJETIVOS GENERALES:

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

PROGRAMACIÓN DE LA SALIDA

| HORA | ACTIVIDAD | OBSERVACIÓN |
|------|-----------|-------------|
| | | |

FIRMA DEL RESPONSABLE:

FECHA DE RECEPCIÓN:

AUTORIZADO POR:

Elaborado por: Dirección de carreras de Turismo.